

Міністерство освіти і науки України
Сумський державний університет

КАФЕДРА ЕКОНОМІКИ, ПІДПРИЄМНИЦТВА
ТА БІЗНЕС–АДМІНІСТРУВАННЯ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА БАКАЛАВРА

Тема: Перспективи розвитку малого та середнього підприємництва: досвід України та Німеччини

Спеціальність 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Освітня програма 6.076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»

Завідувач кафедри: _____ */Карінцева О.І./*

Керівник роботи: _____ */Ковальов Б.Л./*

Виконавець: _____ */Олондар А.А./*

П.І.Б.

Група: _____ *ЕН–82/2не*

шифр

Суми 2022

ЗМІСТ

РЕФЕРАТ.....	3
ВСТУП.....	5
1 АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ	7
1.1 Аналіз розвитку та тенденцій МСП в Україні	7
1.2 Аналіз розвитку та тенденцій МСП в Німеччині	12
2 ПІДТРИМКА ТА РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ	18
2.1 Аналіз підходів щодо організації соціального шкільного підприємництва в Україні.....	18
2.2 Аналіз підходів щодо організації соціального шкільного підприємництва в Німеччині.....	20
3 РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ПРИКЛАДІ ОНЛАЙН ШКОЛИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ	24
3.1 Розроблення бізнес–моделі онлайн школи англійської мови	24
3.2 Методи просування послуг онлайн школи англійської мови	29
ВИСНОВКИ	34
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	37

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота містить 32 сторінки основного тексту, 3 розділи, 20 рисунків, список використаної літератури із 26 джерел.

Метою роботи є комплексний аналіз перспектив розвитку малого та середнього підприємництва в контексті досвіду України та Німеччини.

У першому розділі «аналіз розвитку малого та середнього підприємництва в Україні та Німеччині» проаналізовано розвиток та визначено основні тенденції МСП на прикладі України та Німеччини.

У другому розділі «Підтримка та розвиток соціального молодіжного підприємництва в Україні та Німеччині» проаналізовано підходи щодо організації соціального шкільного підприємництва в Україні та Німеччині.

У третьому розділі «Розвиток малого підприємництва на прикладі онлайн школи англійської мови» розроблено бізнес–модель онлайн школи англійської мови та визначено методи просування послуг онлайн школи англійської мови.

Ключові слова: мале та середнє підприємництво, соціальне шкільне підприємництво, бізнес–модель, мінімально життєздатний продукт, просування, дохід, SMM.

SUMMARY

Qualification work contains 32 pages of the main text, 3 sections, 20 figures, a list of references from 26 sources.

The aim of the work is a comprehensive analysis of the prospects for the development of small and medium enterprises in the context of the experience of Ukraine and Germany.

The first section "Analysis of the development of small and medium enterprises in Ukraine and Germany" analyzes the development and identifies the main trends of SMEs on the example of Ukraine and Germany.

The second section "Support and development of social youth entrepreneurship in Ukraine and Germany" analyzes the approaches to the organization of social school entrepreneurship in Ukraine and Germany.

The third section "Development of small business on the example of online English school" developed a business model of online English school and identified methods for promoting online English school services.

Key words: small and medium business, social school business, business model, minimally viable product, promotion, income, SMM.

ВСТУП

В умовах фінансово–економічної кризи в Україні, обумовленою насамперед військовою агресією з боку РФ, особливого значення набуває розвиток і підтримка малого та середнього підприємництва (МСП). МСП сприяє розвитку економіки, забезпечує зайнятість населення та посилює економічну безпеку держави. Саме тому рівень розвитку МСП використовується як показник стійкого економічного розвитку держави.

Актуальність теми кваліфікаційної роботи бакалавра зумовлена не тільки недостатньою підтримкою МСП в Україні, що є однією із найважливіших проблем економічного розвитку країни, але й необхідністю вивчення та впровадження кращих європейських практик з підтримки та стимулювання розвитку МСП.

Однією із стратегій розвитку МСП вважається розвиток соціального підприємництва серед молоді, а саме, створення умов для започаткування підприємницьких ініціатив учнями шкіл та студентами; розвиток їх новаторських та організаційних навичок; здобуття першого досвіду в бізнесі. Яскравим прикладом держави, яка підтримує соціальне шкільне підприємництво, є Німеччина. Тому актуальним є аналіз кращих європейських практик саме на прикладі цієї країни.

Об'єкт дослідження – процес удосконалення підходів щодо розвитку малого та середнього підприємництва.

Предмет дослідження – теоретичні та методичні основи, принципи, методи та інструменти розвитку малого та середнього підприємництва.

Метою кваліфікаційної роботи є комплексний аналіз перспектив розвитку малого та середнього підприємництва на основі досвіду України та Німеччини.

Досягнення цієї мети вимагало вирішення наступних *основних завдань*:

– проаналізувати розвиток та визначити основні тенденції МСП в Україні та Німеччині;

– дослідити підходи щодо організації соціального шкільного підприємництва в Україні та Німеччині;

– розробити бізнес–модель онлайн підприємництва в сфері надання послуг;

– визначити методи просування послуг майбутнього підприємництва.

Методи дослідження: аналітичний, порівняння, вимірювання, аналіз, графічний і статистичний аналіз, спостереження, узагальнення, системний підхід.

Характеристика інформаційної бази: Державна служба статистики України, господарський кодекс України, федеральне управління статистики в Німеччині, наукові статті вітчизняних та закордонних науковців, підручники, навчальні посібники.

1 АНАЛІЗ РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ

1.1 Аналіз розвитку та тенденцій МСП в Україні

Україна використовує визначення МСП, яке було введено у 2012 році, яке визначає малі та середні підприємства на основі критеріїв зайнятості та обороту. Це в цілому відповідає визначенню ЄС. Щоб полегшити порівняння з країнами ЄС, Державна служба статистики України також використовує визначення МСП лише за рівнем зайнятості (таблиця 1).

Таблиця 1 – Критерії визначення МСП в Україні

	Мале підприємництво	Середнє підприємництво
Зайнятість	≤ 50 працівників	>50 працівників, <250 працівників
Річний дохід	≤ 10 млн євро	>10 млн євро, <50 млн євро

Джерело: [1].

Згідно вище зазначених критеріїв визначення суб'єктів МСП є доцільним проаналізувати кількість підприємств кожної категорії в Україні. Державна служба статистики надає останні статистичні дані за 2020 рік, а саме загальна кількість малих підприємств складає 355 708 одиниць, що становить 95.2% до загальної кількості діючих підприємств відповідного виду діяльності. За видами економічної діяльності (рис. 1):

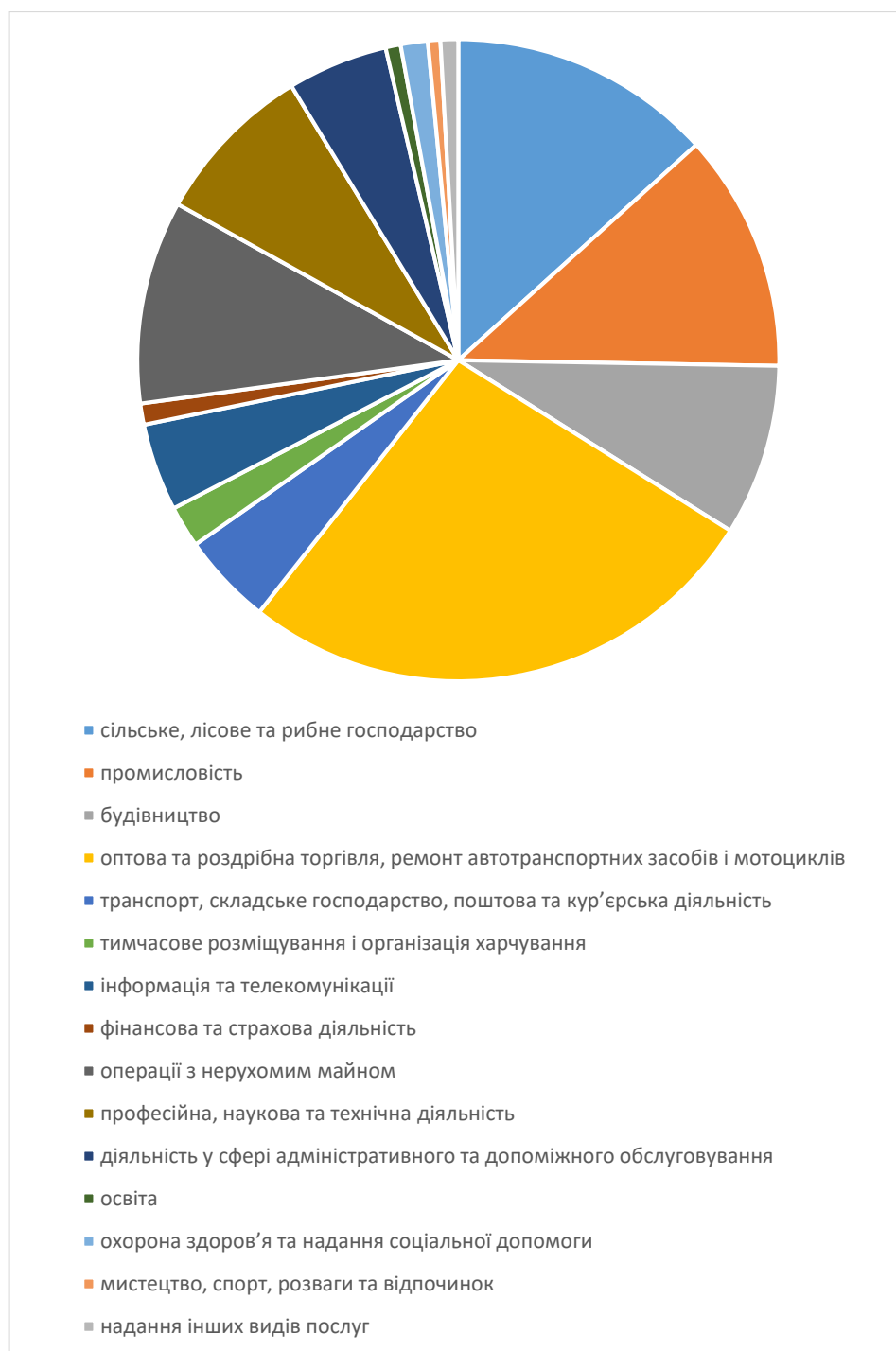


Рисунок 1 – Кількість діючих малих підприємств в Україні за видами економічної діяльності у 2020 році, од.

Джерело: складено автором на основі [2].

З рисунку бачимо, що по кількості підприємств переважають оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (95 089), сільське, лісове та рибне господарство (47 282) та промисловість (42 645). Найменшу кількість складають підприємства в сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку (2 233).

Аналіз стану малого підприємництва за товарообігом в 2020 році наведено на рис. 2.



Рисунок 2 – Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) малих підприємств в Україні за видами економічної діяльності у 2020 році, млн грн
Джерело: складено автором на основі [2].

Отже, найбільший обсяг реалізованої продукції припадає на галузі оптової та роздрібно торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і

мотоциклів, транспорту (955 478,3 млн грн), складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності (95 642,5 млн грн), промисловості (272 041 млн грн). Найменший обсяг спостерігається в галузі мистецтва, спорту, розваг та відпочинку (2 394,4 млн грн).

Середніх підприємств нараховується 17 602 одиниць, що становить 4,7% до загальної кількості діючих підприємств відповідного виду діяльності. За видами діяльності маємо наступні дані (рис. 3):



Рисунок 3 – Кількість діючих середніх підприємств в Україні за видами економічної діяльності у 2020 році, од.

Джерело: складено автором на основі [2].

Згідно спроектованої діаграми ми бачимо, що по кількості підприємств переважають промисловість (4 918 од.), оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів (3 120 од.), охорона здоров'я та

надання соціальної допомоги (2 550 од.). Найменшу кількість складають підприємства в сфері освіти (48 од).

Аналіз стану середнього підприємництва за обсягом реалізованої продукції (товарів, послуг) в 2020 році представлено на рис. 4.

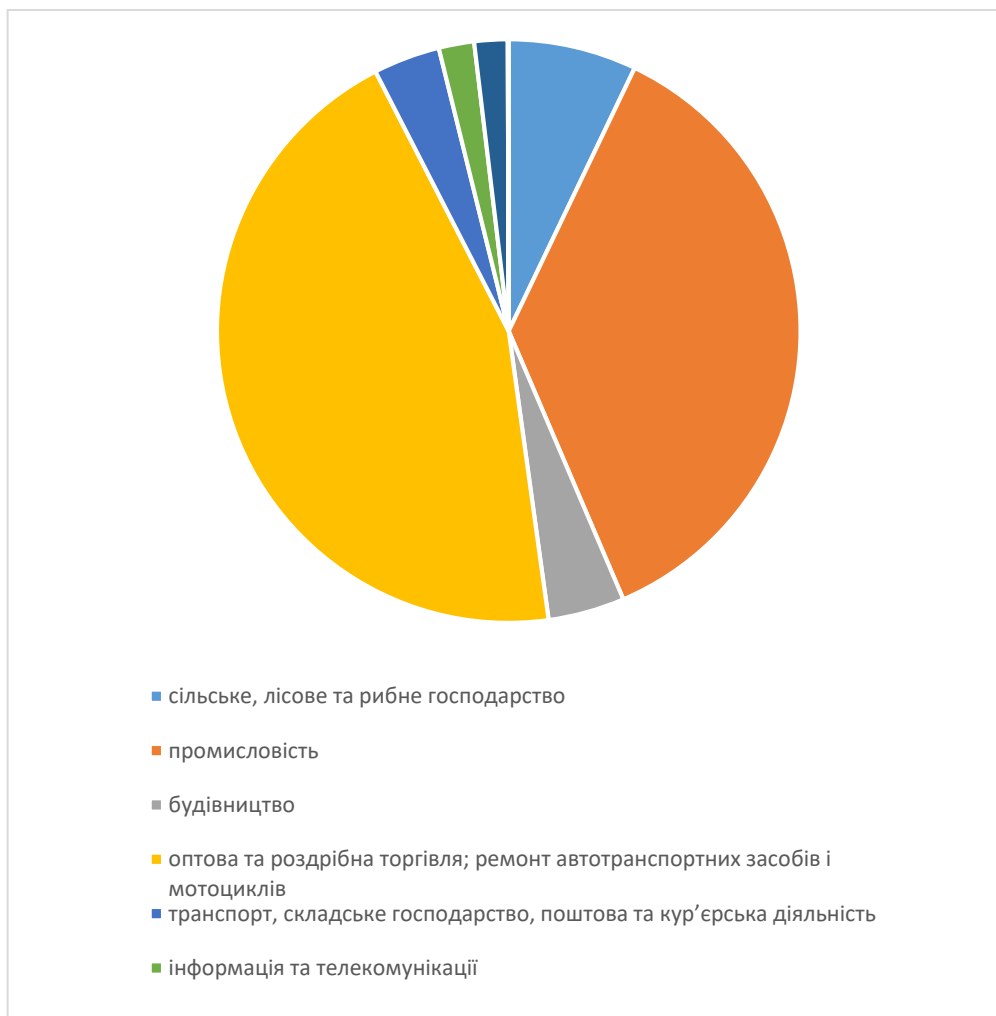


Рисунок 4 – Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) середніх підприємств в Україні за видами економічної діяльності у 2020 році, млн грн
Джерело: складено автором на основі [2].

Серед поданих галузей найбільший обсяг реалізованої продукції спостерігається в оптовій та роздрібній торгівлі, ремонті автотранспортних засобів і мотоциклів, промисловості, а найменше в фінансовій та страховій діяльності.

Протягом останніх декількох років значним фактором впливу на розвиток МСП був коронавірус. Тому перш за все з'явилися новітні тенденції в сфері охорони здоров'я, такі як штучний інтелект, навчання за допомогою

машин та великий об'єм інформації, за допомогою яких медики зможуть швидше виявляти розвиток захворювань та ставити діагнози.

Через високу потребу людей у соціальному дистанціюванні набув розвитку онлайн банкінг, який дозволив клієнтам контактувати з банком через мобільний вебсайт та застосунок. В Україні одним із перших таких банків став Monobank. На часі на українському ринку існує безліч таких банків.

Окрім цього значного розвитку через обмеження, пов'язані з пандемією, зазнав ринок доставки їжі. Зараз в Україні працює багато служб доставки, які постачають готову їжу клієнтам, продукти з супермаркетів та інші товари, наприклад Raketa, Mister.am, Zakaz.ua тощо.

Шерінг–економіка є одним із наслідків глобального екотренду. Особливо широкого розповсюдження цей напрям отримав у великих українських містах. За моделлю шерінгу в Україні вже працюють Airbnb, Uber, BlaBlaCar, а із українських компаній – сервіс для оренди авто через додаток у смартфоні GetmanCar [3].

1.2 Аналіз розвитку та тенденцій МСП в Німеччині

Майже всі компанії в Німеччині належать до МСП. Більша частина зайнятих у компаніях працювала в малих і середніх компаніях. Але з точки зору продажів домінують великі компанії.

Класи розмірів статистики МСП базуються на рекомендаціях Європейської комісії і формуються на основі перехресної комбінації обороту та кількості зайнятих осіб. Що стосується малого та середнього бізнесу, розрізняють малі компанії (до 49 співробітників і до 10 мільйонів євро в продажах і середні компанії (до 249 співробітників і до 50 млн євро продажів).

Федеральне управління статистики в Німеччині надає останні дані за 2019 рік. На той момент нараховувалося 2 509 478 малих підприємств, що

становить 96,8% від загальної кількості підприємств у країні, і 66 596 середніх, що складає 2,6% [4].

За видами економічної діяльності маємо наступні статистичні дані (рис. 5).

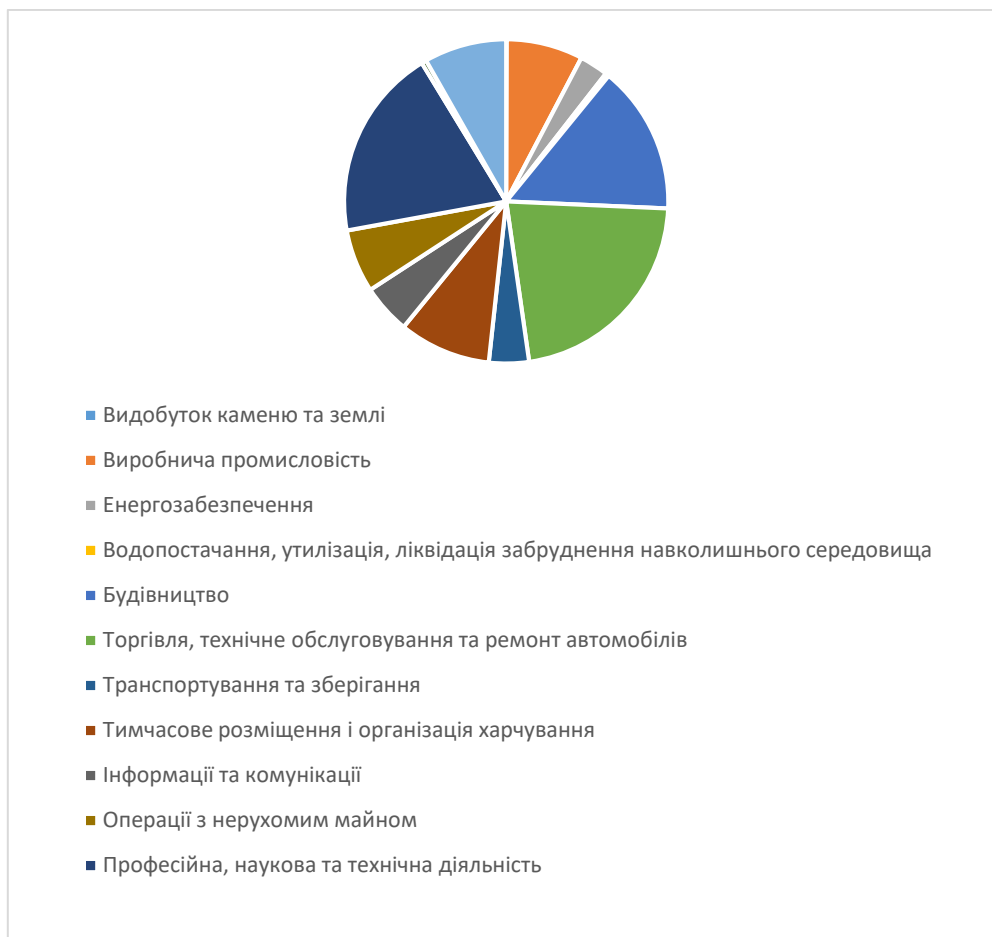


Рисунок 5 – Кількість діючих малих підприємств в Німеччині за видами економічної діяльності у 2019 році, од.

Джерело: складено автором на основі [5].

Результати показують, що найбільша кількість підприємств в галузях торгівлі, технічного обслуговування, ремонту автомобілів (552 974 од.), професійної, наукової та технічної діяльності (480 843 од.).

Аналіз економічної діяльності малих підприємств в Німеччині за обсягом реалізованої продукції (товари, послуги) відображено на рис. 6.



Рисунок 6 – Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) малих підприємств в Німеччині за видами економічної діяльності у 2019 році, млн євро

Джерело: складено автором на основі [5].

За обсягами реалізованої продукції переважають малі підприємства в галузях торгівлі, технічного обслуговування, ремонту автомобілів (433 703 млн євро) та будівництва (192 956 млн євро).

Аналіз стану середнього підприємництва за обсягом реалізованої продукції (товарів, послуг) в 2019 році представлено на рис. 7.

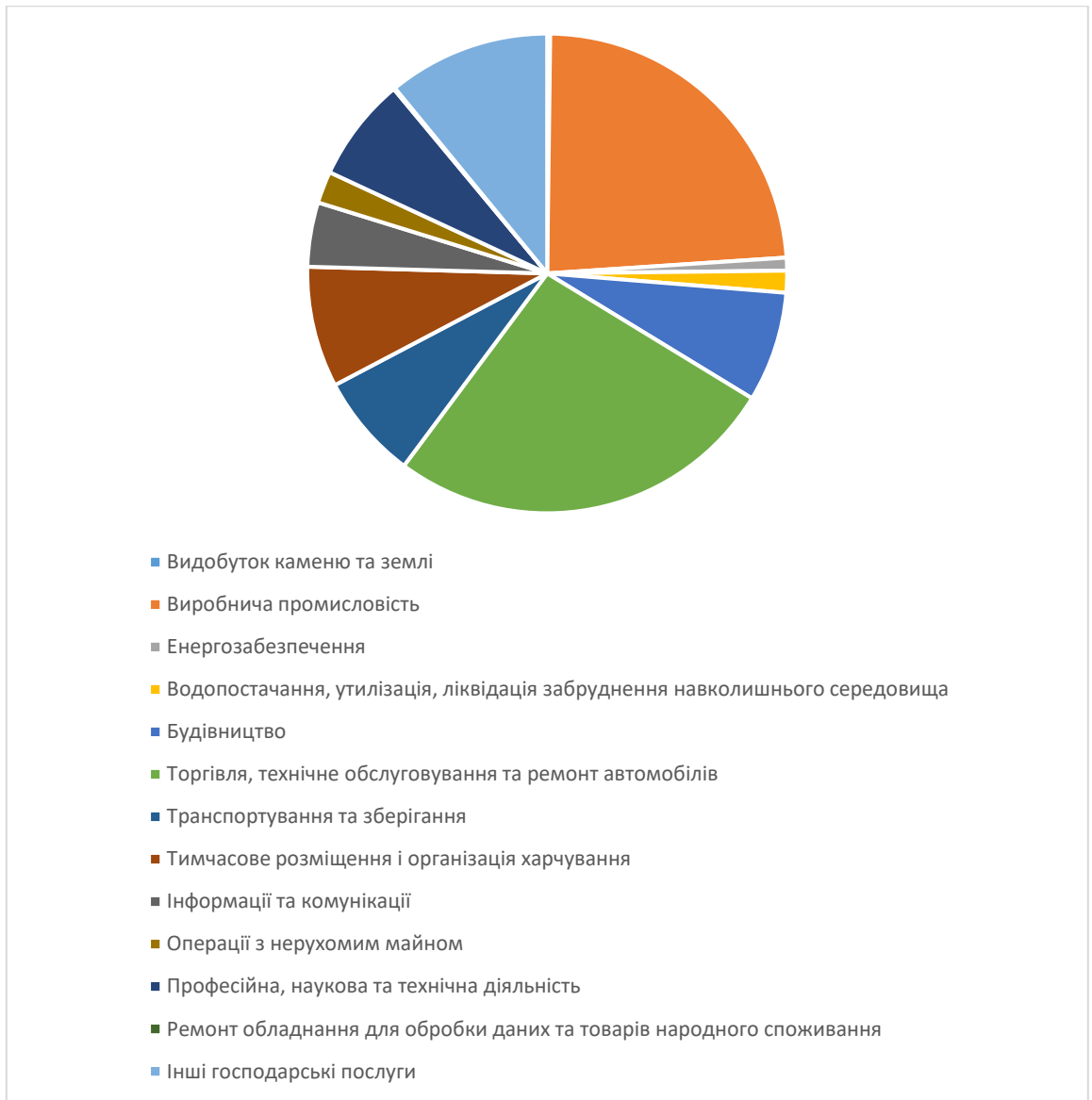


Рисунок 7 – Кількість діючих середніх підприємств в Німеччині за видами економічної діяльності у 2019 році, од.

Джерело: складено автором на основі [5].

Зі спроектованої діаграми ми бачимо, що найбільша кількість середніх підприємств в Німеччині в галузях торгівлі, технічного обслуговування, ремонту автомобілів (17 624 од.) та виробничої промисловості (15 814 од.).

За обсягами реалізованої продукції маємо наступні дані щодо середніх підприємств в Німеччині (рис. 8).

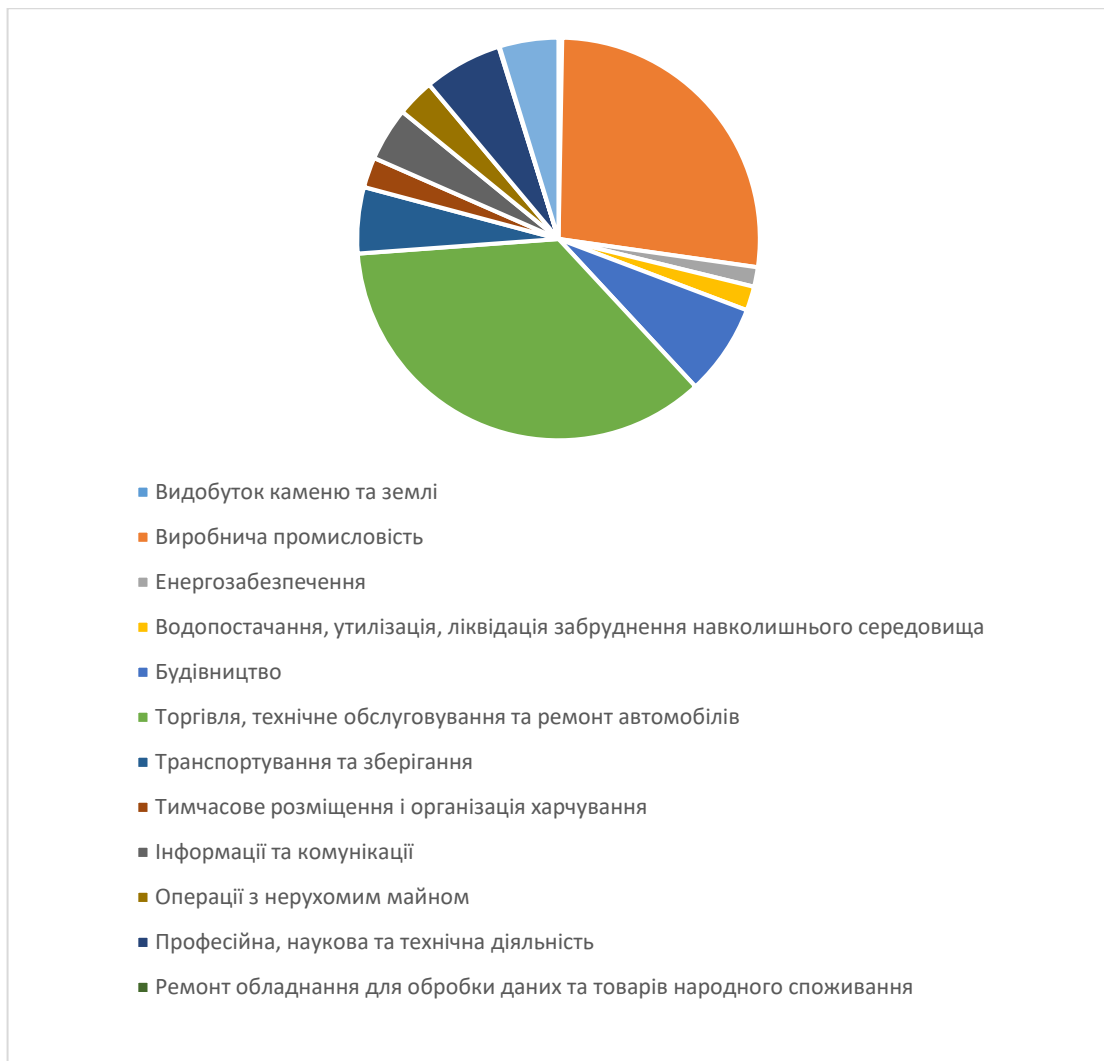


Рисунок 8 – Обсяг реалізованої продукції (товарів, послуг) середніх підприємств в Німеччині за видами економічної діяльності у 2019 році, млн євро

Джерело: складено автором на основі [5].

Згідно результатів діаграми можна спостерігати, що найбільший обсяг реалізованої продукції серед середніх підприємств – в галузях торгівлі, технічного обслуговування, ремонту автомобілів (308 586 млн євро) та виробничої промисловості (232 715 млн євро).

Більшість нових підприємств в Німеччині засновані в індустрії програмного забезпечення. У другому кварталі 2021 року було зареєстровано 140 компаній–початківців.

В 2021 році найбільш популярними сферами для стартап діяльності в Німеччині стала сфера програмного забезпечення. Серед засновників

стартапів електронна комерція зараз є другою найбільш бажаною галуззю. На відміну від 2 кварталу 2020 року, коли медична сфера займала друге місце, електронна комерція випередила медичну у 2 кварталі 2021 року. У другому кварталі 2021 року німецька влада зареєструвала 95 нових стартапів електронної комерції. % порівняно з 2 кварталом 2020 року. Хвилю стартапів у секторі електронної комерції можна пояснити загальною тенденцією до збільшення кількості онлайн-покупок, яка була спровокована, наприклад, пандемією коронавірусу. Наступними не менш популярними галузями є харчова промисловість, виробництво, фінанси, персонал та нерухомість. Найбільш успішними стартапами в 2021 році були «Get your guide»: цей додаток був створений для полегшення подорожей до невідомих місць; «Personio»: надає програмне забезпечення для кадрів для МСП; «Gorillas»: надає послуги доставки продуктів; «FlixBus»: робить мобільність у Європі можливою для всіх; «Lilium»: хоче зробити один із перших у світі повністю електричних літаків вертикального зльоту та посадки [6].

2 ПІДТРИМКА ТА РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО МОЛОДІЖНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ТА НІМЕЧЧИНІ

2.1 Аналіз підходів щодо організації соціального шкільного підприємництва в Україні

Соціальне шкільне підприємництво (СШП) – один із найбільш ефективних методів розвитку інноваційного підприємництва серед молоді, що сприяє формуванню соціальної відповідальності та свідомого дорослого життя у учнів. Такі проекти працюють згідно всім правилам бізнесу в рамках навчального закладу і підтримуються державою, суспільством та бізнесом [7].

Соціальність у цьому випадку полягає у тому, що весь прибуток від діяльності спрямовується на розвиток ідеї, пізнавальні заходи для учнів, соціальні, екологічні та гуманітарні цілі. Ролі на такому підприємстві розподілені тільки між учнями.

В Україні з кожним роком стає все більше ініціаторів започаткувати такий вид соціального підприємництва, спираючись на досвід Німеччини. В 2021 році було зареєстровано 18 шкільних підприємств за підтримки Фонду Східна Європа, німецької неурядової організації ChildFund Deutschland e.V. та Федерального Міністерства економічного співробітництва та розвитку Німеччини. Концепція соціального шкільного підприємництва була схвалена МОН України. За підтримки громадської організації “School of ME” були розроблені навчальний курс за вибором “Соціальне підприємництво: твій перший стартап” для учнів 8, 9, 10, 11 класів та посібник для викладення предмету в школах [7]. В цьому посібнику розповідається про сутність СШП та закордонний досвід, підприємницькі компетентності, інтеграцію в освітній процес, роль куратора і наставника, концепцію та ключові кроки і алгоритм створення СШП.

Згідно цієї програми основними складовими СШП є [7]:

1. Систематичність. Бізнес–процеси на підприємстві повинні бути систематичними.

2. Виробництво товару. Якщо учні не виробляють, а перепродають товари, це теж вважається підприємництвом. Але бажано займатися виробництвом для того, щоб бути ознайомленим з повним підприємницьким циклом.

3. Продажі та клієнти. Бізнес–діяльність повинна мати результати у вигляді продажів та клієнтів.

4. Соціальна складова. Шкільна підприємницька діяльність повинна вирішувати якусь соціальну проблему.

5. Дохід та прибуток. Для того, щоб це було повноцінне підприємництво, доходи повинні принаймні покривати всі витрати підприємства.

Також спілка «School of Me» створила інтерактивні відеоуроки в Youtube, учням ставлять питання, дають завдання, запрошують об'єднуватися в команди та генерувати ідеї. Під час цих уроків вони проробляють теми: реєстрація, бізнес планування, комунікації та брендинг, маркетинг та ціноутворення, фінансове планування, виробництво тощо.

Цей проект надає можливість учням 7–11 класів здобути практичні навички підприємницької діяльності та допомагає стати їм конкурентними на ринку праці, а Україні – інтегрувати модель соціального підприємництва в місцеву систему освіти. Організатори цього проекту прагнуть, щоб за результатами виникали нові місцеві ініціативи, дискусії, навчальні соціально–економічні програми розвитку для молодих людей, які б позитивно впливали на місцевий освітній та економічний розвиток [8].

Яскравим прикладом такого заходу для молоді є мережа академічних бізнес–інкубаторів Youth Entrepreneurial Partnership (YEP). Це конкурсна програма, де відбирають та займаються розвитком стартапів, а також забезпечують подальший супровід, залучають інвестиції та займаються практичною їх реалізацією [9].

Метою мережі YEP інкубаторів є розвиток підприємницької культури в українських університетах і стартап–інфраструктури, проведення навчальних програм, надання експертної та менторської підтримки молодим підприємцям. В результаті проходження цієї програми, вдосконалені проекти можуть бути використані для подальшого розвитку як продукти та рішення для впровадження їх у життя в співпраці з YEP [9].

На локальному рівні також створюються організації для розвитку підприємницьких навичок у студентів та учнів навчальних закладів. Яскравим прикладом є Бізнес-школа Сумського державного університету “Youth&Business”. Це платформа для спілкування бізнес–молоді міста Суми, де учні та студенти мають можливість почути цікаві виступи досвідчених підприємців, потренуватися у написанні бізнес–проектів та отримати нові ділові знайомства та корисні контакти. Таким чином вони отримують мотивацію та досвід від реальних підприємців.

На кожній сесії бізнес–школи учасники слухають лекції від діючих підприємців, проводять роботу по секціям, відвідують мастер–класи для просування своєї ідеї, презентують свої ідеї та найкращі отримують призи. Також на базі бізнес–школи “Youth&Business” молодь має можливість відвідувати курси SMM, копірайтингу, таргетингу і створення веб–сайтів [10].

2.2 Аналіз підходів щодо організації соціального шкільного підприємництва в Німеччині

Модель, де фірма організовується самостійно з ініціативи учнів та працює за всіма правилами бізнес–середовища, здобуває активної підтримки в Німеччині зі сторони держави та суспільства. Німецькі науковці вважають, що незабаром будуть потрібні не просто спеціалісти, а й люди з критичним і креативним мисленням, вмінням вирішувати конфлікти, комунікативними навичками, відповідальністю, вмінням створювати ефективну команду та керувати нею.

Запорукою такого росту та розвитку є виховування всі вище зазначених навичок з дитинства, тому німці розробили в навчальних закладах програму шкільного підприємництва (ШП). Учні віком 13 до 18 років ініціюють концепт ШП, і під час його реалізації отримують знання в питаннях стратегічного та бізнес-планування, виготовлення продукції, соціальної відповідальності, участі у прийнятті рішень, продажу, комунікацій з колегами та партнерами і[11].

Шкільне підприємництво вважається різновидом соціального підприємництва, оскільки враховує соціальні аспекти підлітків, вразливих груп населення і довкілля. У Німеччині шкільне підприємництво об'єднане з навчанням, що підвищує його привабливість в цих школах і готує учнів не до конкретної професії, а до життя в різних його проявах: економічних, соціальних та екологічних.

Федеральне міністерство економіки та енергетики Німеччини (BMWi) створило рекомендації щодо підготовки до відкриття шкільного підприємництва [12; 20; 21].

1. Формування ідеї та отримання допомоги:

– мозковий штурм, розробка бізнес-ідеї спираючись на існуючі локальні проблеми або інтереси учнів; спілкування з батьками та заохочування їх до документаційного оформлення ШП, а саме їхня письмова згода; формулювання обґрунтувань для створення ШП та його позитивного ефекту на життя школи і учнів;

– учителі, батьки або місцеві підприємці в цьому випадку мають лиш консультативне значення, які підтримує інтеграцію ШП у шкільну систему.

2. Генерування структури ШП та координування команди:

– розподіл підприємства на відділення та призначення завдань відповідальним особам; аналіз навичок та інтересів співробітників; пошук робітників у школі (за допомогою реклами, особистого спілкування).

3. Вивчення ринку та середовища:

– розгляд ринку, а саме його потреб, детермінування потенційних клієнтів та їх платоспроможності; комунікація з місцевими конкурентами для ухилення від сильної конкуренції та встановлення відносин на рівні партнерства;

– важливо те, що ШП не повинні стати конкурентами та завадою реальному ринку. Їхнє завдання знайти свою власну мікронішу, де вони матимуть можливість вирішити ті чи інші проблеми та започаткувати інноваційний механізм [26].

4. Створення «обгортки» та внутрішнє формування ШП:

– створення назви та логотипу підприємства; вибір правової форми, яка підходить для ШП. В основному в Німеччині існує 4 форми юридичного статусу шкільної фірми: шкільна фірма як окремий вид шкільного проєкту (відсутній окремий юридичний статус); шкільна фірма під егідою спонсорської асоціації школи; шкільна фірма у партнерстві з компанією; шкільна фірма як самостійне комерційне підприємство.

– створення власного банківського рахунку (через школу, громадську організацію чи батьків); аналіз фінансових потреб; знаходження приміщення для роботи.

5. Документація:

– створення робочої документації; узгодження організації щоденної роботи.

6. Об'єднання робочих процесів ШП з навчальним процесом:

– Застосування елементів шкільної програми для розвитку ШП: підготовка продукції, рекламні плакати, логотип фірми на уроках мистецтва, вебсторінка на уроці програмування та дизайну тощо.

У Німеччині існує велика кількість фондів, які пропонують фінансову і консультативну підтримку ШП. Щоб розповсюдити та зробити таку форму навчання більш привабливою у Німеччині кожного року відбуваються конкурси на найбільш інноваційне шкільне підприємство за підтримки федеральних міністерств, місцевої влади або звичайних підприємств.

Підтримка ШП відбувається через надання грантів або винагород за призначення статусу. Наприклад, у 2016 році на щорічному конкурсі, організаторами якого є Федеральне міністерство економіки та енергетики «BestesJuniorUnternehmen», переможцем стало шкільне підприємство «CoffeeCapsuleAccessory» [13] з гімназії Гамбурга. Метою створення цього підприємства є вирішенні зростаючої проблеми збільшення алюмінієвих відходів від поширення капсульних кавомашин. Учні самотужки виготовляють якісні та оригінальні прикраси із алюмінієвих капсул для приготування кави [14].

На рівні держави ШП регулюється двома документами: «Vereinbarung über die Schularten und Bildungsgänge im Sekundarbereich» [15] – угода про типи шкіл та курсів навчання в середній освіті – і «Rahmenvereinbarung über die Berufsschule» [16] – рамкова угода про професійно–технічне училище.

3 РОЗВИТОК МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА НА ПРИКЛАДІ ОНЛАЙН ШКОЛИ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ

3.1 Розроблення бізнес–моделі онлайн школи англійської мови

Для формування основних компонентів бізнес–моделі онлайн школи англійської мови, як стартап, доцільно розробити бізнес–модель за методом описаним Еш Маурья, а саме Lean Canvas. Вона допоможе нам зробити аналіз на початковому етапі та розробити стратегію розвитку [24; 25].

1. Проблема, яку вирішуємо: через недостатню кількість годин вивчення іноземних мов у навчальних закладах учні не досягають достатнього рівня; важко знайти добре оплачувану роботу без знань іноземних мов; в період глобалізації через незнання іноземних мов важко орієнтуватися в новому середовищі.

2. Унікальна торгова пропозиція: послугами нашої школи іноземних мов можуть скористатися всі бажаючі будь–якого віку, не виходячи з дому, і займатися онлайн. При цьому учні мають зоровий контакт з репетитором під час всього заняття та отримують навчальні матеріали безкоштовно. Кожен репетитор має високий рівень англійської мови, який підтверджений мовними сертифікатами міжнародного рівня, що гарантує нашим учням отримання якісних знань.

3. Рішення проблеми: надання послуг репетитора англійської мови, а саме індивідуальні заняття.

4. Канали: перший канал, через який ми будемо спілкуватися з користувачами, це соціальна мережа Instagram, де створена сторінка нашої онлайн школи. Через неї потенційні клієнти можуть зробити запит, підібрати собі репетитора та домовитися про заняття. Саме навчання з учнями проходить в таких месенджерах, як Viber, Skype, WhatsApp, Telegram.

5. Структура витрат: Разових витрат в цій бізнес–моделі не передбачається. Проте до змінних витрат відноситься: реклама в Instagram 500 грн/місяць; заробітна плата репетиторам 120 грн/заняття.

6. Ключові метрики: в нашому випадку натуральний показник – кількість проведених занять. Цей показник показує темп розвитку реалізації послуг в нашій онлайн школі. При збільшенні кількості занять, збільшується дохід компанії.

Для того, щоб потенційні клієнти помітили нашу компанію та мали бажання замовити послугу саме в нашій школі, необхідно бути соціально активним в соцмережі, використовувати різноманітні способи комунікацій та залучання аудиторії.

Важливою складовою подальшого розвитку бізнесу є утримання клієнтів. Тут важливим фактором є професійність репетиторів, проте людський фактор є теж важливим. Також слід наголошувати клієнтам на те, що ви будуть отримувати домашнє завдання після кожного уроку, яке вони потім зможуть надіслати репетитору на перевірку та отримати повний аналіз, що є також додатковим тренуванням за ту саму ціну.

Учні, які задоволені послугами онлайн школи англійської мови можуть порекомендувати нас своїм друзям та знайомим, а також після повного завершення навчання написати відгук в Instagram, який можуть прочитати інші.

7. Прихована перевага: в нашій онлайн школі ми використовуємо різні методики викладання, тому зможемо знайти індивідуальний підхід до кожного клієнта, спираючись на його побажання, вимоги, обставини та психологічні фактори.

Щомісячний дохід магазину дитячих товарів буде залежати від кількості проведених занять. Фіксована ціна – 200 грн/60 хв. З кожного заняття репетитор, який його провів, отримує 120 грн (60%). Що стосується реклами для просування сторінки в Instagram, то буде витратитися приблизно 500

грн/місяць, але не регулярно. Тож дохід повинен складати мінімум 1400 грн/місяць (6,25 занять).

На даний момент в нашій онлайн школі працює 5 репетиторів. Для прогнозу доходів допустимо, що кожен репетитор будем мати мінімум одного учня, який хоче вивчати англійську мову 2 рази на тиждень. Це становитиме: $5 * 2 * 200 \text{ грн} * 4 \text{ тижні} = 8000 \text{ грн/місяць}$

Для клієнто-орієнтованого підходу до аналізу поданої бізнес-моделі доречно проаналізувати MVP (minimal viable product) – мінімально життєздатний продукт.

Наразі ми маємо онлайн школу іноземних мов на початковій стадії, на якій не значна кількість підписників. Проте це не єдиний канал контакту з потенційними клієнтами. В Instagram ми спочатку створили сторінку засновниці цієї онлайн-школи та робили просування послуг і переговори з клієнтами саме через неї (рис. 9).



Рисунок 9 – Сторінка засновниці онлайн школи іноземних мов в Instagram

Джерело: [18].

На цій сторінці демонструються знання англійської мови та методи навчання, які практикуються серед інших репетиторів онлайн школи. За допомогою такого інформаційного контенту ми залучаємо всі бажаючих вивчати англійську мову в нашій онлайн школі.

Тому доцільно буде проаналізувати аудиторію саме зі сторінки «ENGLISH with Aliona Olondar». Для цього ми використовуємо статистичні дані (SMM метрики) акаунту з 17 квітня по 16 травня 2022, які ми надаємо у вигляді скріншотів (Рисунок 10).

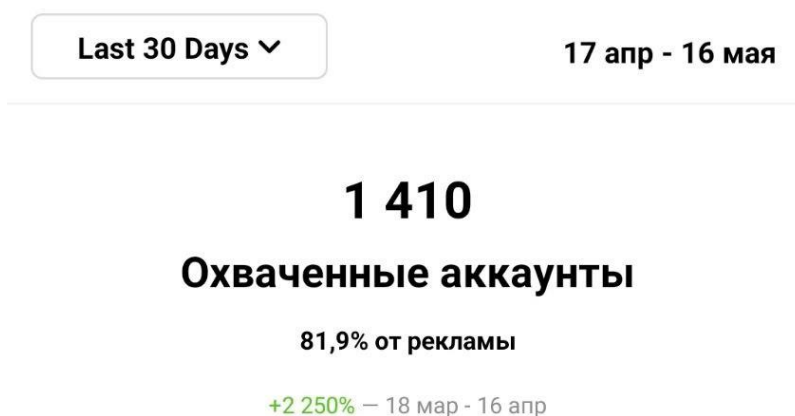


Рисунок 10 – Охоплені акаунти на сторінці «ENGLISH with Aliona Olondar» 17 квітня – 16 травня 2022

Джерело: [18].

За період 17 квітня – 16 травня 2022 було охоплено 1410 користувачів Instagram. Із них 81,9% користувачів було залучено за допомогою реклами.

За географічним показником за той самий період маємо наступні дані (рис. 11 – 13).

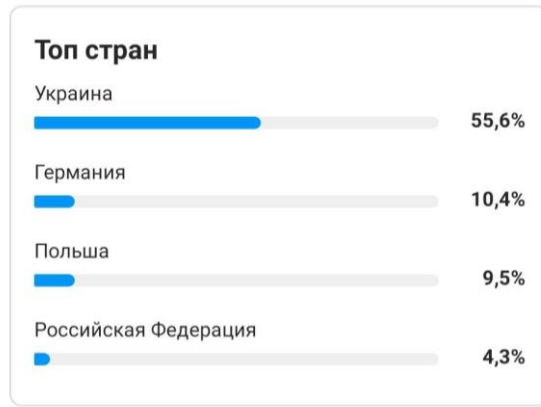


Рисунок 11 – Демографічні дані відвідувачів сторінки ENGLISH with Aliona Olondar по країнам з 17 квітня – 16 травня 2022

Джерело: [18]

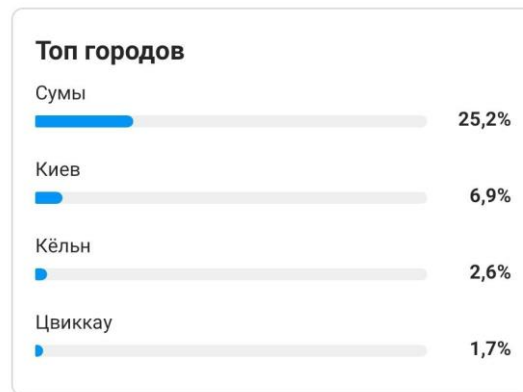


Рисунок 12 – Демографічні дані відвідувачів сторінки ENGLISH with Aliona Olondar по містам з 17 квітня – 16 травня 2022

Джерело: [18].

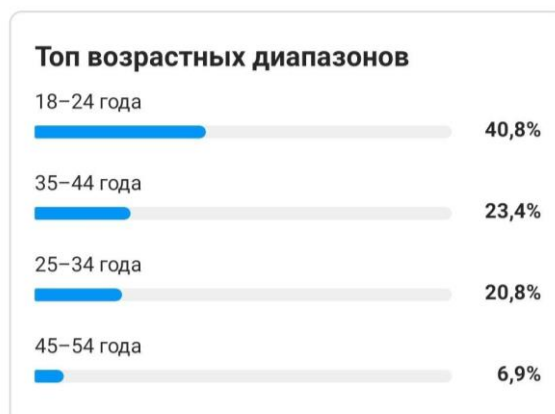


Рисунок 13 – Демографічні дані відвідувачів сторінки ENGLISH with Aliona Olondar за віком з 17 квітня – 16 травня 2022

Джерело: [18].

За статтю 69,5% жінок проявляли будь-яку активність на сторінці та 30,4% чоловіків [18].

Головним завданням блогу в Instagram є не тільки залучення аудиторії займатися в нашій онлайн школі, а й мотивація, перша за все, всіх бажаючих здобути навички англійської мови.

3.2 Методи просування послуг онлайн школи англійської мови

Під впливом процесу глобалізації та нових Інтернет-технологій малі та середні підприємства вимушені вести боротьбу за споживача, шукати нові, більш ефективні форми комунікацій для просування та позиціонування своєї продукції та послуг на ринку.

Для просування послуг онлайн школи англійської мови ми використовуємо SMM метод просування. SMM (англ. Social media marketing) – соціальний медіа маркетинг, за допомогою якого ми просуваємо наші послуги та підвищуємо імідж.

Це сторінка в Instagram, на якій можна ознайомитися з:

– загальною інформацією про нашу онлайн школу (рис. 14);



Рисунок 14 – Загальна інформація онлайн школи англійської мови
Джерело: [17].

– умовами надання послуг (рис. 15);



Рисунок 15 – Умови надання послуг онлайн школи англійської мови
Джерело: [17].

– портфоліо репетиторів (рис. 16);

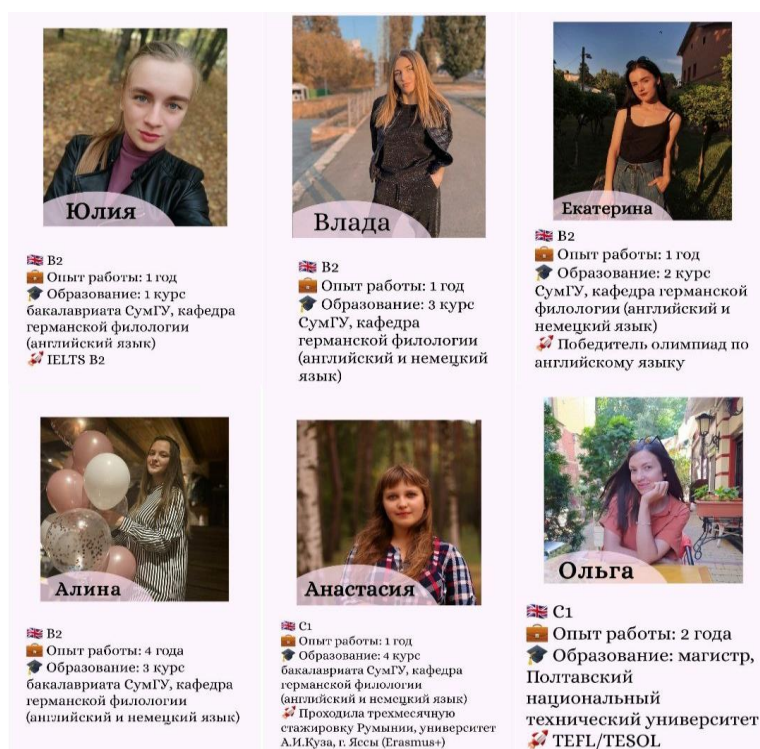


Рисунок 16 – Портфоліо репетиторів онлайн школи англійської мови
 Джерело: [17].

– специфікою роботи (рис. 17).



Рисунок 17 – Специфіка роботи онлайн школи англійської мови
 Джерело: [17].

Окрім цього на сторінці можна побачити інформативні статті стосовно англійської мови, які складають репетитори онлайн-школи (рис. 18).

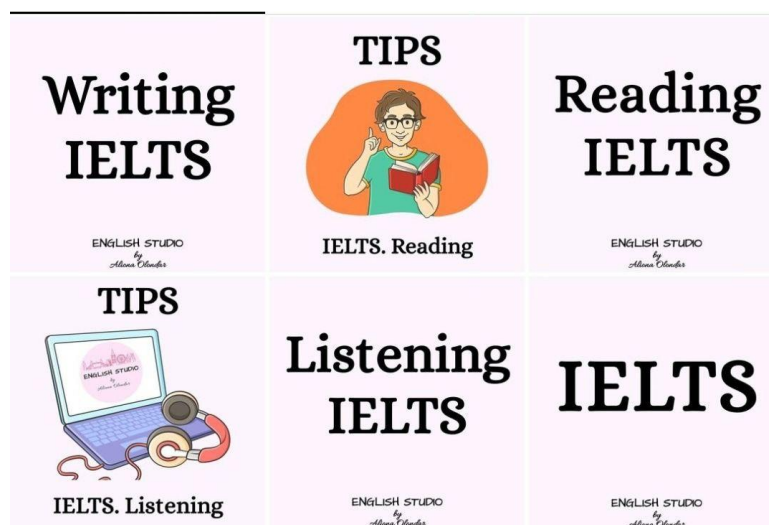


Рисунок 18 – Статті на сторінці онлайн школи англійської мови в Instagram

Джерело: [17].

Таким чином, за допомогою контент маркетингу, як різновиду SMM маркетингу [19], ми не тільки рекламуємо наші послуги, а й формуємо лояльне відношення аудиторії до нашої онлайн школи. Ми ділимося відгуками наших учнів, які успішно завершили навчання (рис. 19).

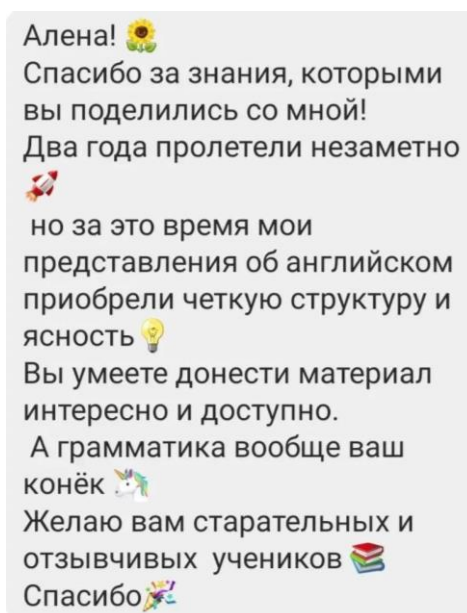


Рисунок 19 – Відгук від одного із учнів онлайн школи англійської мови
Джерело: [18].

Залучаємо підписників брати участь у наших авторських марафонах, опитуваннях, писати коментарі та питання в особистих повідомленнях, а також підвищуємо відвідування нашої сторінки за допомогою характерних хештегів під кожною публікацією (рис. 20).

#учительанглийского#репетиторанглийскогоукраина#репетиторанглийского#репетиторанглийскогодлядетей#репетиторанглийскогодлявзрослых#английскийонлайн#english#английский#студент#студенты#зно#студенти#учеба#навчання#образование#освіта#универ#englishmentor#менторанглийского#ielts#ieltsmentor#университет#мотивация#fce#зноанглийска#английскийграмматика

Рисунок 20 – Хештеги під публікаціями онлайн школи англійської мови

Джерело: [18].

ВИСНОВКИ

Отже, визначення МСП в Україні співпадає з загально прийнятими нормативами ЄС. Це поняття детермінується за двома ознаками: кількість працівників та розмір річного доходу. Мале підприємництво складається із ≤ 50 працівників та ≤ 10 млн євро. Середнє підприємництво складається із >50 працівників, <250 працівників та >10 млн євро, <50 млн євро.

Проаналізувавши кількість діючих МСП в Україні та їх обсяг реалізованої продукції за видами економічної діяльності у 2020 році, можна зробити висновки, що найбільша їх кількість за показником найбільшого обсягу реалізованої продукції та послуг є оптова та роздрібна торгівля, ремонт автотранспортних засобів і мотоциклів [22; 23].

Що стосується Німеччини, то згідно статистичних даних за 2019 рік найбільша кількість МСП нараховується в сфері торгівлі, технічного обслуговування та ремонту автомобілів, де також відбувається найбільший обсяг реалізації товарів та послуг.

Проте в умовах глобалізації та розвитку інноваційних технологій не менш популярними сферами в обох країнах є фінанси, промисловість, програмне забезпечення, нерухомість. Найбільше інвестицій в стартапи в Україні спостерігається в сферах фінансів, охорони здоров'я і обслуговування, а в Німеччині – електронна комерція, харчова промисловість і персонал.

Одною із головних тенденцій в сучасному економічному середовищі є розвиток та інвестування в шкільне підприємництво. Така діяльність вважається соціально визначеною, адже має за мету навчання молоді економічній грамотності, раціональності, самостійності та відповідальності. Соціальне шкільне підприємництво стимулює молодь займатися креативом, робити внесок у суспільство та брати активну участь в соціально–економічному середовищі країни.

В Україні з кожним роком стає все більше ініціаторів започаткувати такий вид соціального підприємництва, спираючись на досвід Німеччини. В

2021 році було зареєстровано 18 шкільних підприємств за підтримки Фонду Східна Європа, німецької неурядової організації ChildFund Deutschland e.V. та Федерального Міністерства економічного співробітництва та розвитку Німеччини. Концепція соціального шкільного підприємства була схвалена МОН України. За підтримки громадської організації “School of ME” були розроблені навчальний курс за вибором “Соціальне підприємство: твій перший стартап” для старшокласників та посібник для викладення предмету в школах.

У Німеччині шкільне підприємство імплементоване у звичайне навчання, що сприяє його привабливості в цих школах і готує учнів не до конкретної професії, а до життя в різних його проявах: економічних, соціальних та екологічних. У Німеччині існує велика кількість фондів, які пропонують фінансову і консультативну підтримку ШП. Щоб популяризувати та зробити таку форму навчання більш привабливою у Німеччині щорічно проводять конкурси на найбільш інноваційне шкільне підприємство. Такі заходи підтримують федеральні міністерства, місцеві влади або звичайні підприємства грантами або статусними винагородами.

Розроблено бізнес–модель майбутнього малого підприємства, а саме онлайн школи англійської мови «ENGLISH STUDIO by Aliona Olondar». Для розробки бізнес–моделі використано методику Lean Canvas, яка підходить для стартапів. В процесі ми визначили проблему споживачів, яку буде вирішувати майбутнє підприємство; встановили унікальну торгову пропозицію; розробили рішення проблеми; перерахували канали, через які ми будемо комунікувати з клієнтами та реалізовувати наші послуги; побудували структуру витрат; вказали ключові метрики, за допомогою яких ми будемо відстежувати розвиток нашого підприємства; визначили приховану перевагу.

Діяльність онлайн–школи є клієнто–орієнтованою, тому обрано соціальну мережу Instagram, через яку формується цільова аудиторія та відбувається комунікація з потенційними клієнтами. За допомогою Instagram є можливість різними способами рекламувати послуги онлайн школи, а саме,

застосовувати інструменти контент-маркетингу. Для аналізу мінімального життєздатного продукту використовуються SMM метрики, які показують, що 80% аудиторії було залучено за допомогою таргетованої реклами. Загалом аудиторія сторінки в Instagram в більшості складається із людей із України, із міста Суми, віком від 18 до 24 років.

У роботі визначено маркетингові інструменти щодо просування послуг онлайн школи, а саме SMM. Це означає рекламування послуг онлайн школи за використовуючи копірайтинг, візуал, розважальний контент, інтерактивні відео. Для збільшення аудиторії в Instagram за допомогою пошукових запитів використовується інструмент «хеш-теги».

Таким чином розглянутий стартап можна вважати життєздатним соціальним шкільним підприємництвом (адже створений студентами) і в майбутньому може стати одним із малих підприємств в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Стаття 55. Поняття суб'єкта господарювання. Господарський кодекс України від 22.03.2012. URL: https://protocol.ua/ru/gospodarskiy_kodeks_ukraini_stattya_55/.
2. Розвиток підприємництва. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. ТОП 5 бізнес-напрямоків або куди компанії інвестують гроші у 2021. URL: <https://hub.kyivstar.ua/news/top-5-biznes-napryamkiv-abo-kudy-kompaniyi-investuyut-groshi-u-2021/>
4. Anteile Kleine und Mittlere Unternehmen 2019 nach Größenklassen in %. URL: <https://www.destatis.de/DE/Themen/Branchen-Unternehmen/Unternehmen/Kleine-Unternehmen-Mittlere-Unternehmen/Tabellen/wirtschaftsabschnitte-insgesamt.html;jsessionid=EBF25917E6E2BC038823760BD7EEB33E.live731>
5. Statistik für kleine und mittlere Unternehmen in Deutschland. Genesis.destatis.de. URL: <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?sequenz=tabelleErgebnis&selectionname=48121-0002#abreadcrumb>
6. German startups: a brief overview. EcommerceGermany.com. URL: <https://ecommercegermany.com/blog/german-startups-a-brief-overview> .
7. Соціальне шкільне підприємництво: твій перший стартап: Посібник для учнів 8 (9, 10, 11) класів, батьків та освітян. – К.: ТОВ «ВІ ЕН ЕЙ ПРЕС», 2020. – 184 с.
8. Соціальне шкільне підприємництво у сільській місцевості та малих містах України. SSE.EEF.org. URL: <http://sse.eef.org.ua/#ancor-9>
9. Положення про «Проведення конкурсу інноваційних проєктів в рамках роботи «Youth Entrepreneurial Partnership (YEP)». YEPWorld. URL: <http://www.yepworld.org/wp-content/uploads/2022/01/%D0%9F%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%B8%D0%BB%D0%B0-YEPStarter-Spring-2022.pdf>

10. Бізнес-школа «Youth&Business». URL:
<https://www.instagram.com/youth.business.school/>
11. Gründer Klasse. Infoletter für mehr Unternehmergeist in der Schule. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie. 2013. BMWI.de. URL:
https://www.bmwi.de/Redaktion/DE/Publikationen/Ausbildung-und-Beruf/gruenderklasse-nr-1-schuelerfirmen.pdf?__blob=publicationFile&v=4
12. Was ist eine Schülerfirma? URL: https://www.gruenderkids.de/de/was_ist_eine_schuelerfirma.html#:~:text=Sch%C3%BClerfirmen%20sind%20eine%20besondere%20Form,Produkte%20oder%20bietet%20Dienstleistungen%20an.
13. Coffee Capsule Accessory. URL:
<https://coffeecapsuleaccessory.jimdo.com/english/>
14. Mikuteit H.-L. Schülerfirma macht Schmuck aus Kaffeekapseln – mit Gewinn. Hamburger Abendblatt. Abendblatt.de. URL: <https://www.abendblatt.de/hamburg/wandsbek/article207891283/Schuelerfirma-macht-Schmuck-aus-Kaffeekapseln-mit-Gewinn.html>
15. Vereinbarung über die Schularten und Bildungsgänge im Sekundarbereich I. Sekretariat der ständigen Konferenz der Kultusminister der Länder in der Bundesrepublik Deutschland. KMK.org. URL: https://www.kmk.org/fileadmin/Dateien/pdf/PresseUndAktuelles/Beschluesse_Veroeffentlichungen/allg_Schulwesen/Schulart_Bildungsg_Sek1.pdf
16. Rahmenvereinbarung über die Berufsschule. Sekretariat der Kultusministerkonferenz. KMK.org. URL: https://www.kmk.org/fileadmin/veroeffentlichungen_beschluesse/2015/2015_03_12-RV-Berufsschule.pdf
17. Онлайн школа англійської мови. URL: https://www.instagram.com/english.studio.by_ao/
18. Засновниця онлайн школи англійської мови. URL:
<https://www.instagram.com/english.aliona.olondar/>
19. SMM (Social Media Marketing). URL: <https://www.unisender.com/ru/support/about/glossary/chto-takoe-smm/>

20. Економіка енергетики : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, І. М. Сотник. – Суми: Університетська книга, 2015. – 378 с.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/45315>
21. Сотник І.М. (2016) Мотиваційні механізми дематеріалізаційних та енергоефективних змін національної економіки : монографія / за заг. ред. доктора екон. наук, проф. І. М. Сотник. – Суми : Університетська книга, 2016. – 368 <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80197>
22. Экономика развития: учебное пособие / под ред. д.-ра экон. наук, проф. Л. Г. Мельника, канд. экон. наук А. Вик. Кубатко. Сумы : «Университетская книга», 2017. 352 с.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80184>
23. Економіка підприємства : підручник / за заг. ред. д.е.н., проф. Л. Г. Мельника. - Суми : Університетська книга, 2012. - 864 с.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80106>
24. Сотник І. (2018) Підприємництво, торгівля та біржова діяльність / І. Сотник, Л. Таранюк. – Суми: Університетська книга, 2018. – 572 с.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/80114>
25. Мельник Л. Г., Карінцева О. І. (2021) Економіка і бізнес : підручник / за ред. Л. Г. Мельника, О. І. Карінцевої. Суми : Університетська книга, 2021. 316 с. <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/83721>
26. Мельник, Л., Ковальов, Б. (2020). Проривні технології в економіці і бізнесі (Досвід ЄС та практика України у світлі III, IV, і V промислових революцій. Сумський державний університет, с. 180.
<https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/79621>