

АНАЛИЗ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ЯЗЫКОВЫХ ШКОЛ ГОРОДА ИРКУТСКА

В статье представлен маркетинговый анализ рынка образовательных услуг языковых школ, обучающих слушателей иностранным языкам. Автор анализирует сегменты слушателей, уровни их подготовки, а также поведенческие особенности при потреблении данных услуг.

Ключевые слова: образовательные услуги; языковые школы; конкурентный анализ; анализ рынка.

В условиях сближения деловых отношений между странами, увеличения туристического потока и всеобщей глобализации изучение иностранных языков становится необходимостью для всё большего количества россиян. По статистическим данным, почти половина российских граждан считают необходимым изучить иностранные языки. При этом ими движут разные цели: 13 % хотели бы обучаться, чтобы отвечать требованиям времени; 14 % россиян желают свободно чувствовать себя в поездках за границу; 11 % хотят обеспечить себе карьерный рост, 9 % использовали бы для общения; а 7–8 % хотели бы легко читать этикетки на товарах иностранного производства, информацию на зарубежных сайтах, понимать инструкции и т.п. Исходя из этих наблюдений, можно сделать вывод, что услуги школ, обучающих всех желающих иностранным языкам, довольно востребованы [1].

Первое место по популярности среди российских слушателей школ иностранных языков, безусловно, занимает английский – официальный язык международного бизнеса и торговли, Интернета и техники, науки и искусств. 80 % делового языкового пространства занимает именно он [2].

В целом, знание языка позволяет чувствовать себя уверенно в любой ситуации. Именно поэтому все большее количество людей стремится к его изучению.

Существуют разные уровни подготовки у потенциальных потребителей данных услуг:

- 1) профессионалы, обладающие достаточным объемом знаний иностранного языка для того, чтобы использовать его на практике;
- 2) практикующие, освоившие иностранный язык, но не имеют опыт практического использования;
- 3) ученики, находящиеся в процессе обучения.

Несмотря на то, что у первых двух групп имеется хорошая подготовка, это не исключает того, что им нужна в той или иной форме помощь других специалистов, которые помогут освоить новый материал. Как правило, специа-

* Рыбаченко Маргарита Александровна – магистрант, кафедра менеджмента, маркетинга и сервиса. Байкальский государственный университет, г. Иркутск, e-mail: margoui@mail.ru.

листы используют собственные методы изучения и преподавания иностранного языка, способствуя окончательному закреплению уже имеющихся навыков.

Третья группа (ученики) нуждаются в полном и всестороннем обучении. Языковые школы предлагают разные методы обучения иностранному языку, самые распространенные из них:

- групповые и индивидуальные занятия;
- просмотр лекций, фильмов на иностранном языке;
- прослушивание подкастов, аудиокниг на иностранном языке;
- чтение газет, журналов и книг на иностранном языке;
- путешествия в другие страны.

Кроме того, с развитием информационных технологий любой гражданин может самостоятельно попытаться освоить иностранный язык при помощи интернета. Также с помощью электронных гаджетов слушатель может самостоятельно изучить необходимый материал, при этом используя различные электронные ресурсы с online курсов.

Несомненно, у каждого человека свои склонности к усвоению информации, например, кто-то не может в достаточном объеме усвоить весь материал самостоятельно. Другие обучающиеся не имеют возможности постоянно выезжать в страну, в которой общаются на соответствующем языке. Как правило, такой сегмент потребителей обращается за помощью в языковые школы.

Часто у желающих освоить иностранный язык возникает дилемма: изучить самостоятельно иностранный язык или обратиться за помощью в языковую школу. У многих сложилось мнение, что дополнительное обучения в школах может дать положительный результат.

Из проанализированных данных можно сделать вывод, что у обучающихся по специальным программам уровень подготовки значительно выше, чем у обучающихся в обычных общеобразовательных организациях [3]. Именно поэтому все большее количество людей выбирают курсы иностранного языка, которые предоставляют возможность освоить язык с начального уровня, а также совершенствовать свои языковые навыки.

Желающие освоить иностранный язык часто сталкиваются с трудностями с запоминаемостью в процессе изучения, что в итоге приведет к потере интереса. Чтобы не допустить подобных ситуаций, необходим специалист, который сможет не только организовать процесс обучения, но способен мотивировать слушателя на достижения результатов в будущем.

Главной причиной удачного сосуществования школ разных форматов на рынке, стал постоянно растущий потребительский спрос на услуги платного обучения иностранным языкам и расширение целевой аудитории слушателей за счет новых сегментов.

Среди многообразия предложений на рынке иностранных языков города Иркутска, возникает вопрос о том, к какой школе отдать предпочтение и на какие особенности следует обратить первостепенное внимание. В период экономического спада и падения доходов граждан стоимость становится для многих клиентов определяющим фактором при выборе языковых курсов. Однако низкая стоимость образовательных услуг может восприниматься потребителями

как ненадлежащие по качеству услуги. Количество слушателей в группе также имеет значение для потребителя, так как от этого зависит степень индивидуальной работы с каждым участником.

Среди признаков, которыестораживают потребителей при выборе языковой школы, что может поставить под сомнения качество образовательных услуг, наличие лицензии на образовательную деятельность [4].

Некоторые школы повышают цены и одновременно сокращают издержки, например, берут преподавателей подешевле, сокращают количество учебных часов, экономят на аренде и т.д. [5].

По этой причине стоит принимать во внимание статус тех или иных учебных заведений. Это лучше всего сделать исходя из реальных отзывов клиентов, которые есть в общественном доступе в интернете.

Нами были выделены основные критерии, по которым потребители делать в пользу той или иной языковой школы:

- цена;
- размер группы;
- продолжительность занятия;
- количество занятий в неделю;
- возможность получения сертификата (уровень владения языком);
- возможность прохождения практики за границей;
- полнота информации на сайте;
- качество услуг оператора.

Анализа иркутского рынка образовательных услуг языковых школ проводился нами на основе данных сайтов. Данные по школам приведены таблице.

Анализ показателей услуг языковых школ

Показатели	Биг Бен	ABC	«Ай-Си»	EasySchool	Go! English	NewTone
Цена за месяц, р.	3080	2200	2050	1900	4000	1900
Размер группы, чел.	6–10	5–10	3–7	5–20	2–12	5–9
Продолжительность занятия в часах, час	1,20	1,20	1,20	1,15	1,20	1,30
Количество занятий в неделю, шт.	2	2	2	2	25	2
Возможность получения сертификата, тип	I	II	II	II	II	II
Возможность прохождения практики за границей	да	нет	да	нет	да	нет
Полнота информации на сайте, %	75	100	50	100	25	100
Качество услуг оператора, %	100	100	100	100	50	75

При оценки таких показателей как: полнота информации на сайте и качество услуг оператора выступил вид экспертных оценок. В качестве эксперта выступает автор.

Эксперт оценивает показатель по следующей системе оценок:

0 – очень плохо;

25 – плохо;

50 – средне;

75 – хорошо;

100 – очень хорошо.

При рассмотрении стоимости услуг рынок неравномерен. На рынке есть крайне дорогие курсы – Go! English, Биг Бен. Их стоимость особенно заметна в пересчете на академический час. Есть варианты средней ценовой категории, такие как – ABC, «Ай-Си». И низшей ценовой категории – EasySchool и NewTone.

Для каждого слушателя выбор курса будет индивидуальным в зависимости от того, что имеет значение или на оборот не имеет принципиального значения. При анализе данных курсов можно сделать вывод о том, что принципиальной разницы по показателям нет.

Список использованной литературы

1. Бизнес-план школы иностранных языков [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.beboss.ru/bplans/73-foreign-languages>.

2. StudFiles файловый архив студентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.studfiles.ru/preview/4231651>.

3. Национальные исследования качества образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.eduniko.ru/kopiya-it-obrazovanie-8-9>.

4. Нижегородский бизнес-журнал №17 сентябрь 2007 [Электронный ресурс]. – режим доступа: <https://books.google.ru/books?id=dQMOСgAAQBAJ&pg=PR15&lpg=PR15&dq=%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB+%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F+%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9+%D1%88%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%8B&source=bl&ots=WxcHeEkpAZ&sig=keuxTSSnw6Q0hud6erxQ3pvICQ&hl=ru&sa=X&ved=0ahUKEwjXp9yVzrfTAhUCjSwKHX6xDkMQ6AEIXzAN#v=onepage&q=%D0%B6%D1%83%D1%80%D0%BD%D0%B0%D0%BB%20%D1%81%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F%20%D1%8F%D0%B7%D1%8B%D0%BA%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9%20%D1%88%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D1%8B&f=false>.

5. Обзор рынка курсов иностранных языков, январь 2016 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.abc-english.net/blog/market-01-2016>.