
Раздел Экономические науки

45 (Декабрь) 2020

УДК 339.13

**ВЫБОР КЛЮЧЕВЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ ЯЗЫКОВЫХ ЦЕНТРОВ НА ОСНОВЕ
ИССЛЕДОВАНИЙ ПРЕДПОЧТЕНИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ГОРОДЕ ЧЕЛЯБИНСК**

Кочеткова Анастасия Игоревна

студент магистратуры

кафедра менеджмента, Высшая школа экономики и управления

Южно-Уральский государственный университет, г. Челябинск

Аннотация. В данной статье проведен анализ современного рынка языковых услуг г. Челябинска, выделены лидеры; каждый лидер рассмотрен. Автором рассмотрены процессы становления и развития в данной сфере, изучены предпочтения клиентов на рынке. В статье подробно обсуждаются результаты: цели посещения курсов, получение информации, информированность соц.сетей, онлайн образование. Результаты анализа критериев выбора языковых центров г. Челябинска позволяют оценить ситуацию на рынке и принять правильное решение по развитию данной сферы.

Ключевые слова: языковые услуги, бизнес, конкурентоспособность, анализ рынка, продвижение, предпочтение потребителей.

Безусловно, рынок образовательных и лингвистических услуг является насыщенным на данный период времени, поэтому уровень конкуренции растёт и его исключение невозможно. Одним из условий конкурентоспособного специалиста на рынке труда является владение им иностранным языком[3, 4]. Для того чтобы не потерять потребителей необходимо постоянно повышать уровень компании в любых направлениях. Главным преимуществом компании будет являться ее узнаваемость на рынке. Для этого нужен комплекс маркетинговых коммуникаций [1].

Языковые центры предлагают различные программы обучения, что позволяет подобрать вариант для комфортного изучения иностранного языка в соответствии с предъявляемыми целями клиента [2]. Ключевое преимущество языковых центров – получение по окончании обучения сертификата, подтверждающего получение определенного уровня знания английского

языка.

Языковой рынок г. Челябинска на сегодняшний день довольно разнообразен и конкуренция здесь достаточно высока. По данным сервиса 2ГИС, на данный момент в г. Челябинске насчитывается 250 учреждений языкового обучения, а также субъектами конкурентной среды выступают:

1. частные репетиторы;
2. общеобразовательные учреждения, ВУЗы;
3. онлайн платформы по изучению языков;
4. подготовительные курсы при учебных заведениях за рубежом.

Далее рассмотрим анализ наиболее крупных сетевых конкурентов:

1. **The English club** – самая крупная школа иностранных языков в Челябинске.

Адрес: Челябинск. Главный учебный центр – Энтузиастов 11/2.

Сайт: <http://enclub.ru/> The English club – сеть школ иностранных языков, основанная в 1992 году.

Деятельность компании включает в себя:

1. Обучение иностранным языкам (английский, немецкий, французский, испанский, итальянский, китайский);
2. Дополнительные программы (клуб общения, театральные постановки, языковая практика с носителем, летние программы обучения);
3. Подготовка к ОГЭ и ЕГЭ;
4. Языковой лагерь 4U Camp;
5. Международные программы обучения;
6. Кембриджские экзамены.

Перед началом обучения клиентам прилагают бесплатное тестирование на определение уровня знаний. Тест можно пройти на сайте или в офисе школы. После прохождения теста, с клиентом свяжется администратор и скажет результаты теста, а так же поможет выбрать программу обучения, в группе или индивидуально.

Так же в школе имеются различные программы обучения: Обучение детей и взрослых с разными уровнями знаний.

- a) ADULTS – Эффективные методики группового обучения взрослых
- b) TEENS – Английский язык для подростков 13-17 лет. Курс English File издательства Oxford. Подготовка к ОГЭ, ЕГЭ

c) JUNIORS – Английский язык для детей 8-12 лет. Дети учатся слушать рассказы, понимать услышанное

d) KIDS – Английский язык для детей 4-7 лет. Младшие дошкольники быстрее и легче овладевают фонетикой иностранного языка

e) MOM AND BABY – Английский язык для детей 2-3 лет. Процесс овладения языком тренирует память, внимание, мышление ребёнка

f) ONE TO ONE – Индивидуальное обучение. Безраздельное внимание преподавателя к студенту. Обучение с носителями языка

g) CORPORATE – Корпоративное обучение. Специальные удобные форматы обучения для ваших сотрудников

h) CONVERSATION CLUB – Клуб общения. Развивайте разговорные навыки. Занятия ведут носители языка

2. **БИГ БЭН** – является партнером Oxford School, Cambridge University, Британских издательств Macmillan, Pearson, ведущих европейских издательств Германии, Испании, Франции, Италии, которые осуществляют методическую поддержку обучения.

Сайт: <https://www.bigben74.ru/> Big Ben – сеть школ иностранных языков, основанная в 2008 году.

Деятельность компании включает в себя:

1. Курсы английского языка;
2. Подготовка к ОГЭ и ЕГЭ;
3. Обучение за рубежом (Англия, Сингапур, Китай, Мальта, Италия, Чехия, Кипр, Америка);
4. Подготовка к IELTS;
5. Подготовка к международным экзаменам;
6. Кулинарные МК на английском;
7. BIG BEN CAMP.

Так же в школе имеются различные программы обучения: Обучение детей и взрослых с разными уровнями знаний.

a) BEGINNER – Уровень для начинающих изучать иностранный язык с нуля;

b) ELEMENTARY – По окончании этого уровня Вы приобретаете элементарные навыки разговорной речи и знакомитесь с грамматикой английского языка;

c) PRE-INTERMEDIATE – Уровень дает уверенное знание грамматики, расширяет

словарный запас и совершенствует навыки восприятия иностранной речи на слух;

d) **INTERMEDIATE** – Вы будете иметь углубленные знания в области грамматики и широкий словарный запас. Сможете разговаривать на разные темы, воспринимать естественную английскую речь на слух, читать адаптированную литературу и писать несложные тексты;

e) **UPPER-INTERMEDIATE** – Уровень дает свободное владение разговорным языком в различных ситуациях, обширный словарный запас, глубокое знание грамматики, возможность читать неадаптированную литературу на английском языке и понимать на слух сложные тексты;

f) **ADVANCED** – Уровень дает свободное владение разговорным английским языком в самых разнообразных ситуациях, богатый словарный запас, глубокое знание грамматики.

3. Planet English – сеть школ иностранных языков, основанная в 2002 году.

Сайт: <https://planetenglish.ru/>

Преимуществом обучения в Сети школ иностранных языков Planet English является продуктивное, по сравнению с традиционными методиками, обучение английскому языку в сжатые сроки от 2,5 – 3,5 месяца (по традиционной методике на это уходит 1,5-2,5 года).

Деятельность компании включает в себя:

1. Курсы английского языка;
2. Подготовка к ОГЭ и ЕГЭ;
3. Подготовка к IELTS;
4. Онлайн обучение;
5. PE Camp;
6. Корпоративные курсы.

Так же в школе имеются различные программы обучения: Обучение детей и взрослых с разными уровнями знаний.

- a) Курс PlanetEnglish Kids;
- b) Собственный онлайн-сервис PE Online;
- c) С возраста 9-10 лет (с программы Oxford Team), мы начинаем подготовку к ЕГЭ по программе ExamTime;
- d) Разговорный курс для взрослых;
- e) Фирменные методики ("Грамматический конструктор" и др.);
- f) Коммуникативные занятия только на английском языке (Free Talk Concept).

4. ИнЛингва – сеть школ иностранных языков, основанная в 2012 году.

Сайт: <http://inlingva.com/>

Деятельность компании включает в себя:

1. Обучение иностранным языкам (английский, французский, испанский, итальянский, китайский, турецкий, арабский, японский);
2. Подготовка к ОГЭ и ЕГЭ;
3. Языковой лагерь;
4. Международные программы обучения;
5. Дистанционное обучение;
6. Корпоративные курсы.

Так же в школе имеются различные программы обучения: Обучение детей и взрослых с разными уровнями знаний.

- a) Курс для всей семьи «говорим по-английски всей семьей»;
- b) Уникальный курс для туристов «как выжить за границей»;
- c) Программа для дошкольников с 3 до 6 лет «любимый английский»;
- d) Программа для младших школьников с 7 до 11 лет «английский на 5»;
- e) Программа для подростков с 11 до 16 лет «английский клуб»;
- f) многоуровневые интенсивные курсы для взрослых;
- g) бизнес курс.

Для того чтобы проанализировать положение компаний на рынке языковых услуг в мае 2020 года было проведено эмпирическое исследование методом анкетирования, участие в котором приняли 200 респондентов.

Возраст респондентов от 16 до 45 лет. Из них 55,9% - женщины и 44,1% - мужчины. Это соотношение связано в первую очередь с тем, что, чаще всего, детей на занятия приводят мамы или бабушки.

Необходимо также рассмотреть такой показатель как род деятельности. По данному показателю большая часть респондентов принадлежит к категории родителей, которые отвечали за детей. На втором месте оказались студенты, на третьем – рабочие и сотрудники. Самую малочисленную группу составили респонденты, принадлежащие к категории руководителей. Также большая часть респондентов имеет среднемесячный доход от 20 до 35 тыс. рублей (45,7%), что позволяет клиентам оплачивать языковые курсы.

Немаловажным фактором анализа предпочтений потребителей является способ изучения языков, их уровень знаний и причины, по которым им понадобился тот или иной язык.

Процентное соотношение распределилось таким образом: Большая часть респондентов согласилась, с тем, что изучение языков в специализированном центре наиболее эффективный вариант обучения (68,6%). По уровню знаний большинство респондентов находятся на ступени новичков (в основном это дети и младшие классы) (37,1%), а так же те, чей уровень составляет ниже среднего (то есть, знание основ языка, звуков, слов и простых словосочетаний) (34,3%). Из-за того что уровень знаний большинства респондентов ниже-среднего, главное причиной изучения языков является укрепление навыков (51,4%), вторая причина по большей мере относится к ученикам старших классов и студентам, так как они выбирают подготовку к экзаменам (17,1%).

Большинство респондентов ответило, что информацию о языковых программах и курсах они получают чаще в социальных сетях – 33%, в интернете – 29%. Также заинтересовал ответ, что 7% респондентов получают данную информацию от знакомых, учителей в школе, а также рассылки на почту. Неэффективными каналами коммуникации оказались листовки и наружная реклама.

Важным фактором в оценке работоспособности языковых центров являются различные характеристики. Респондентам были представлены варианты для оценки по 10-ти бальной шкале, такие как высококвалифицированный персонал, возможность индивидуального обучения, возможность заниматься за границей, оплата обучения, возможность подготовки к экзаменам, удобное расположение и расписание, а также обратная связь [5].

Из опроса следует, что основными факторами выбора языкового центра являются известность компании, удобное расположение школы или центра, профиль обучения, а также расписание.

Также респонденты выбрали способы коммуникации, или какие сети и способы продвижения, более привлекательные и их стоит развивать. Большая часть респондентов уверена, что развитие Instagram является оптимальным решением при продвижении социальных сетей (88,6%). Вторым по популярности способом является продвижение персональных сайтов (71,4%), это хороший вариант коммуникации, так как простота сайта и его наполняемость будет характеризовать центр или школу, а также будет упрощать работу менеджеров центров. Так как обратная связь очень важна для налаживания контакта с клиентами.

Далее был задан блок вопросов связанный с онлайн обучением. Большая часть респондентов поддерживает идею дистанционного обучения (62,9%).

Средняя продолжительность одного занятия составляет 45 минут или 1 академический час. Что касается дистанционного обучения, респонденты готовы заниматься от одного до двух

часов (86,4%), что является оптимальным для онлайн занятия. А так же респонденты готовы заниматься 2-3 раза в неделю (81,6%). Также почти все респонденты оценили по 5-ти бальной шкале характеристики дистанционного обучения, такие как доступность, интерактивность, обновление информации, экономия времени и индивидуальный подход.

Также респондентам был задан вопрос о формате обучения, так как некоторым студентам удобнее заниматься дистанционно (22,9%). Но так как респондентами являлись родители, отвечающие за малышей, предпочтительнее стало интерактивное обучение, с помощью различных методов обучения (71,4%).

Для малышей самым лучшим вариантом является интерактивные учебники и рабочие тетради, наглядно показывающие предметы, при такой технике обучения, у детей развивается моторика, внимание и им легче воспринимать информацию.

Большая часть клиентов отмечает, что на сайтах языковых центров не хватает информации о квалификации педагогов, нет интересных тренингов, информации о формах обучения и не у всех присутствует сертификат по окончании языковых курсов.

На данный момент рынок языковых услуг в г. Челябинске открывает перед представителями данной сферы широкие возможности. Проведенный анализ конъюнктуры рынка языковых услуг г. Челябинска позволяет всецело оценить ситуацию и принять правильное решение по развитию данного бизнеса.

Критерии конкурентоспособности	The English Club	Big Ben	Planet English	ИнЛингва
Ассортимент языков	 6	2	8	9
Стоимость обучения (наличие онлайн оплаты)	 8	7	6	7
Известность компании	 10	10	10	10
Расположение (наличие филиалов)	 10	7	8	8
Подготовка к экзаменам	 9	8	8	7
Наличие групповых и индивидуальных занятий	 8	8	8	7
Международное обучение	 6	10	6	5
Профиль подготовки (базовая, углубленная)	 10	9	7	6
Наличие скидок, акций, бонусов	 7	8	6	8
График обучения	 10	7	8	7
Квалификация персонала	 8	7	7	6

Рисунок 1.1. Оценка критериев конкурентоспособности

Список литературы:

1. Аникина А.А. Маркетинговые коммуникации при минимальных затратах // Маркетинг услуг. 2012. № 4. С. 68.
2. Неустроева А.М. Преодоление языкового барьера при изучении иностранных языков на примере английского языка // В книге: Актуальные вопросы лингвистики в современном профессионально-коммуникативном пространстве IV межвузовская молодежная научно-практическая конференция. Редакционная коллегия: Л.К. Кондратьева, М.А. Гросс, Т.А. Винникова. 2015. – С. 81-83.
3. Шевченко О.М. Сущность и особенности образовательной услуги // Маркетинг в России и за рубежом. 2011. № 3. С. 85.
4. Волкова Т.Р. Пути повышения конкурентоспособности языковых школ // Бизнес-образование в экономике знаний. – 2015. – № 1 (1). – С. 17-19.
5. Папуткова Г.А., Потапова Т.К., Егоров Е.Е. Развитие программ дополнительного образования в контексте функционального разделения педагогического труда // Научное обеспечение системы повышения квалификации кадров. – 2014. – № 2 (19). – С. 62-70.
- 6.

ISSN 2541-9250
НАУКА ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ ВРЕМЕНИ
Международный научный журнал
Ежемесячное научное издание
№12 (45) 2020

ISSN 2541-9250



9 772541 925005 >

Библиографическое описание статьи:

Кочеткова А.И. Выбор ключевых преимуществ языковых центров на основе исследований предпочтений потребителей в городе Челябинск // Наука через призму времени. – 2020. – №12 (45). – с. 62-66



<http://www.naupri.ru/journal/2750>

© Кочеткова А.И., 2020

© Редакция научного журнала «Наука через призму времени», 2020