

ЕВОЛЮЦІЯ МЕТОДІВ ОПЛАТИ ЗА НАВЧАННЯ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Шипуліна Ю.С., Семенютін А.О.

Національний технічний університет

«Харківський політехнічний інститут», м. Харків

Починаючи із зародження до теперішнього часу ринок онлайн-освіти зазнав дуже суттєвих змін. Так, у 2010 р. ринок освітніх послуг поза межами навчальних закладів в основному був представлений виступами спікерів, присутність на яких забезпечувалася за рахунок популярності спікера або організації, що займається тренінгами. З початком широкого впровадження сервісів хмарних технологій та управління командною роботою перші освітні проєкти почали експериментувати з воронками прямого продажу, переважно за допомогою контекстної реклами в пошукових системах, практикувати використання реклами на тематичних форумах. При цьому формою оплати участі в заходах була передплата до початку навчального процесу. З часом змінювалися форми проведення заходів та інструментів для проведення рекламних кампаній освітніх онлайн-послуг.

Починаючи з 2016 р. для популяризації освітніх програм розповсюдженою стала реклама в мережі. Цим тенденціям повною мірою сприяло настання ери стрімінгу (прямих ефірів). Завдяки появі «особистих брендів» тренерів і коучів став можливим збір передплати за навчання задовго до запуску навчальної програми. Це стимулювало розвиток ринку онлайн-освіти і було символом довіри аудиторії до автора контенту. З появою великих інвесторів у 2017-2019 рр. почали складатися юридичні договори із слухачами, де вказувалися відповідальності сторін. Малі організації не могли конкурувати з великими, тому вони почали конкурувати за рахунок збільшення частки безоплатного контенту. Розвивається тенденція до бажання учасників ринку спочатку отримувати продукт, а пізніше за нього платити. У 2020-х відбувається бурхливий розвиток онлайн-освіти та суттєве посилення конкуренції на ринку освітніх послуг. Почала формуватися нова модель оплати за освітні послуги. Сутність цієї моделі полягає в тому, що послуга за рахунок інвесторів (грантодавців). З майбутнім студентом укладається контракт, де зазначено, що компенсацією вартості навчання є виплата 10-15 % майбутньої зарплати, яку випускник буде отримувати після завершення навчання та успішного працевлаштування за допомогою організації, яка надає освітні послуги, протягом 2-3 років. Для зарахування потрібно конкурентний відбір, який дає змогу відокремити перспективних кандидатів, від інших. Потім пройти тривале інтенсивне навчання. Наприкінці такої навчальної програми HR-фахівець підбирає вакансії для випускника програми, готує до проходження співбесід, аналізує їхні результати. В підсумку ці фактори призводять до необхідного результату – працевлаштування випускника. Таким чином, сьогодні існують різні моделі оплати навчання. Паралельно із традиційними моделями розвиваються абсолютно нові. Подальші дослідження повинні бути спрямовані на детальне дослідження нових форм та методів оплати навчання.