

Секция «Связи с общественностью в коммерческих структурах»
**Исследование рыночной среды для выходящей на рынок города Барнаула
частной школы**

Карпова Анастасия Романовна

Студент (бакалавр)

Алтайский государственный университет, Отделение связей с общественностью,
Кафедра связей с общественностью, Барнаул, Россия

E-mail: a.r.karпова@gmail.com

Конечной целью наших исследований и практических разработок является создание частной школы в городе Барнауле: школы, которая даёт качественное образование по авторским методикам, школы, которая учит детей самостоятельно мыслить и принимать решения.

Именно тем, что в итоге получают клиенты организации - барнаульские родители, и актуально её создание. Таким образом, актуальность разработки бизнес-модели частной школы заключается в улучшении образовательного пространства города Барнаула.

Исходным пунктом создания стратегии для организации, начинающей свою деятельность, считается анализ рынка, на который она выходит. Однако мы столкнулись с проблемой отсутствия уже проведённых маркетинговых исследований рынка частных школ в городе Барнауле. Таким образом, цель нашего исследования - выявить особенности рынка частных школ в городе Барнауле с 20.08.13 по 01.03.14.

Для достижения этой цели были использованы такие социологические методы сбора информации, как анализ статистических данных, анализ документов, контент-анализ и наблюдение.

С применением этих методов были решены следующие задачи эмпирического исследования:

- Проанализированы нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность образовательных учреждений в России;
- Выявлено влияние социальных тенденций на деятельность образовательных учреждений города Барнаула;
- Проанализирована конкурентная среда рынка частных школ города Барнаула на 20.08.13;
- Проведён контент-анализ журналистских публикаций, PR-публикаций, рекламных модулей с 01.09.13 по 28.02.14;
- Проведён контент-анализ рекламных модулей, размещенных в интернете на 01.03.14;
- Проведено наблюдение за характеристиками официальных сайтов частных школ и их официальных сообществ / страниц в социальных сетях на 01.03.14.

Анализ рыночной среды показал, что условия для открытия новой частной школы в городе Барнауле отчасти благоприятны, отчасти же - нет. Опасными факторами рыночной среды можно назвать следующие явления:

- Деятельность образовательных учреждений регулируется большим количеством нормативных правовых актов, что существенно усложняет входение в эту отрасль.
- Рождаемость в Барнауле с каждым годом будет падать приблизительно на 3,5 процента. Если учесть, что из оставшихся в 2016 году 20 тысяч семилетних детей потенциальными учениками смогут стать максимум 20 процентов, то можно сделать

вывод об очень маленькой численности целевого сегмента. В свою очередь, узость сегмента часто приводит к интенсивной конкуренции в нём.

- На данный момент ёмкость рынка частных школ в Барнауле также невелика. Существующие частные школы («Фриона», «Suzuki», «Грани», «Самоопределение», «Благодарение») «делят» этот сегмент между собой. Таким образом, появление на рынке даже одного нового игрока сделает ситуацию гораздо напряжённее.

К сожалению, все эти факторы относятся к макросреде - неподконтрольным организации социальным и экономическим явлениям. Однако, понимая рыночные тенденции, мы можем выстраивать стратегию, которая поможет сгладить влияние негативных факторов и максимально использовать факторы положительные.

Например, очень выгодной для выходящей на рынок города Барнаула частной школы может оказаться низкая коммуникационная активность конкурентов. Результаты проведённого исследования показывают, что барнаульские частные школы совершенно не пользуются такими инструментами коммуникаций, как работа с журналистами, реклама, поддержание сайта и многие другие.

Подобная незанятость коммуникационного поля обещает, что первая частная школа, которая начнёт применять в своей работе техники public relations, будет непременно замечена группами, во внимании которых она заинтересована:

- родителями с определёнными социальными и психографическими характеристиками, чьи дети находятся в возрасте 4-11 лет,
- учителями и другими потенциальными сотрудниками,
- контролирующими органами, СМИ, городской общественностью.

В глазах этих людей моделируемая частная школа должна стать реальным улучшением образовательного пространства города Барнаула. В этой социальной миссии и заключается актуальность разработки бизнес-модели частной школы.

На пути к этому нам предстоит сделать немало шагов, в том числе и реализовать ряд исследовательских проектов. В настоящий момент мы изучаем потребности потенциальных покупателей образовательных услуг для детей в городе Барнауле. Проведённые глубинные интервью уже дали определённое представление об иерархии потребностей целевого сегмента. В непосредственном будущем работа над маркетинговой стратегией моделируемой частной школы может быть продолжена в направлении конкурентного и SWOT-анализа. После этого нам предстоит стратегически важные решения о миссии организации, её позиционировании, целях развития организации в каждом целевом сегменте, а также разработка детальных программ воплощения этих целей в жизнь. В дальнейшем, уже с опорой на подготовленный и постоянно обновляемый маркетинговый план, мы сможем разработать финансовый, организационный, кадровый и другие стратегические планы функциональных направлений деятельности организации.

Слова благодарности

Я сердечно благодарю доктора социологических наук, профессора Аллу Владимировну Ковалёву за поддержку моей идеи, за слова ободрения и за бесценную помощь в написании этой работы.