МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Кафедра економіки, права та управління бізнесом

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

_____

«___» травня 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавр
зі спеціальності 076 «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»
за освітньою програмою «Економіка та планування бізнесу»

на тему: **«ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ПРОЄКТУ У СФЕРІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ (НА ПРИКЛАДІ СТВОРЕННЯ БІЗНЕС-КУРСІВ В ТОРГІВЛІ)»**

Виконавець:
студент ФЕУП
Носевич Василь Васильович _____

Науковий керівник:
д.е.н., професор
Ковальов Анатолій Іванович _____

ОДЕСА – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП ..... …**3**

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТВОРЕННЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ..... …**6**

1.1. Характеристика бізнес-ідеї створення власної справи у сфері освітніх послуг ..... …6

1.2. Умови організації підприємницької діяльності в Україні у сфері освітніх послуг..... …16

1.3. Обґрунтування вибору організаційно-правової форми створення бізнесу у сфері освіти……19

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ БІЗНЕС-КУРСІВ В ТОРГІВЛІ……...**24**

2.1. Аналіз ринку освітніх послуг в Україні ..... …24

2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг бізнес-курсів ..... …33

2.3. Формування витрат на відкриття та функціонування бізнес-курсів в торгівлі..... …37

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ БІЗНЕС-КУРСІВ В ТОРГІВЛІ **51**

3.1. Визначення життєвого циклу проєкту ..... …51

3.3. Розрахунок та аналіз показників економічної ефективності проєкту .. …56

3.2. Аналіз можливих ризиків та визначення заходів щодо їх запобігання ..... …62

ВИСНОВКИ..... …**68**

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ..... …**72**

ВСТУП

Актуальність теми кваліфікаційної роботи. Бізнес у сфері освіти в Україні у 2025 році є надзвичайно актуальним і перспективним. Це зумовлено багатьма ключовими чинниками, які формують попит і сприяють зростанню цього сегменту навіть попри складні умови, спричинені війною та економічними викликами.

Так, зараз стрімко зростає інтерес до цифрових освітніх технологій (EdTech). В умовах нестабільності традиційної освіти, дистанційне навчання, онлайн-курси, мобільні додатки для навчання, платформи для підготовки до ЗНО та міжнародних іспитів, а також системи управління навчанням (LMS) набули особливої популярності. Українські EdTech-компанії все частіше виходять на міжнародний ринок, а участь у міжнародних виставках свідчить про глобальну зацікавленість у вітчизняному потенціалі.

Зараз триває активне налагодження співпраці між бізнесом і системою освіти. Підприємства починають вкладатися у створення дуальних програм, оплачуваних стажувань, спеціалізованих курсів – усе це допомагає підготувати кваліфікованих працівників, які відповідають сучасним вимогам. Бізнес також виступає як замовник змісту освіти, адаптуючи її під реальні потреби ринку.

Паралельно з цим спостерігається зростання зацікавленості у професійній та технічній освіті. Молодь дедалі частіше обирає практичні професії, які мають попит в Україні, зокрема в аграрному секторі, на виробництві та в логістиці. Це створює попит на нові навчальні заклади та програми, які забезпечують швидке і прикладне навчання.

Визначенням підприємницької діяльності у сфері освіти та впливу на це держави досліджували в своїх працях такі українські вчені, як: Ногас Н. [1], Щокін Р. Г. [2], Тернавська В. М. [3], Вітренко Ю.М., Ворона В.О., Дебич М.А. [4], Вітренко Ю.М. [4,5], Волярська О.С. [6] та інші. Але дані вчені досліджували сферу освіти і її взаємодію з державою. Ми ставимо за ціль дослідити створення власного бізнесу у сфері освітніх послуг, який буде надавати окремі, точкові послуги з

певного напрямку, а саме сфери бізнесу.

Мета кваліфікаційної роботи – дослідити основи, методичні принципи та практичні кроки створення підприємства у сфері послуг.

Для досягнення вищезазначеної мети нами були поставлені наступні ***завдання***:

1) охарактеризувати бізнес-ідею щодо створення власної справи на ринку освітніх послуг;
2) дослідити особливості організації та ведення підприємницької діяльності в Україні у сфері освітніх послуг;
3) обґрунтувати вибір правової форми підприємства та відповідної податкової системи для започаткованої справи;
4) провести аналіз ринку освітніх послуг в Україні;
5) проаналізувати конкурентні переваги нового підприємства;
6) обґрунтувати структуру витрат на започаткування та функціонування навчального проєкту у сфері торгівлі;
7) розглянути життєвий цикл проєкту створення бізнес-курсів;
8) розрахувати потоки доходів і витрат та провести оцінку ключових показників ефективності проєкту навчального бізнесу;
9) здійснити аналіз можливих ризиків проєкту та виявити заходи щодо їх запобігання.

Об'єкт дослідження – процес обґрунтування важливості запуску бізнес-курсів у торговельній сфері.

Предмет дослідження – проєктування бізнесу з метою запуску власної справи у сфері послуг.

Методи дослідження. Для виконання завдань кваліфікаційної роботи були застосовані такі методи дослідження: аналіз та синтез – для вивчення літературних джерел і узагальнення інформації про ринок освітніх послуг; метод порівняння – для оцінки конкурентного середовища; економіко-математичне моделювання – для розрахунку показників ефективності проєкту; SWOT-аналіз – для визначення сильних і слабких сторін, а також можливостей і загроз; метод експертних оцінок –

для оцінки попиту на послуги бізнес-курсів; фінансове планування – для обґрунтування інвестиційних витрат і прогнозування доходів.

Інформаційна база дослідження: офіційні статистичні дані Державної служби статистики України; аналітичні звіти організацій у сфері освіти; нормативно-правові акти, що регулюють підприємницьку діяльність в Україні; наукові публікації та фахові видання; результати опитувань потенційних споживачів освітніх послуг; внутрішні розрахунки, сформовані на основі припущень і прогнозів із врахуванням актуального стану ринку.

Структура та обсяг кваліфікаційної роботи. Кваліфікаційна робота бакалавра складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (38 найменувань). Загальний обсяг роботи становить 72 сторінок. Основний зміст викладено на 88 сторінках. Робота містить 26 таблиці, 6 рисунків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВІДКРИТТЯ ВЛАСНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ У СФЕРІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

1.1. Характеристика бізнес-ідеї створення власної справи у сфері освітніх послуг

Ринок освітніх послуг в Україні сьогодні характеризується багатошаровістю та динамізмом: він охоплює всі рівні навчання – від дошкільного виховання до післядипломної освіти й професійної підготовки. Важливість освіти полягає в її фундаментальній ролі у формуванні особистості, розвитку суспільства та економічному зростанні країни. Вона є основою для отримання знань, умінь і цінностей, що забезпечують людині можливість реалізовувати свій потенціал, приймати відповідальні рішення й активно брати участь у житті громади.

Освіта сприяє підвищенню рівня життя, забезпеченню соціальної мобільності, зниженню рівня бідності та зміцненню демократичних інститутів.

В умовах сучасного світу, де знання і технології швидко змінюються, освіта є ключовим чинником конкурентоспроможності як окремої особи, так і держави загалом. Приватні школи та дитячі садки утворили помітну ніші, особливо в великих містах, де батьки прагнуть отримати альтернативу державним закладам або здобути освіту з посиленим вивченням іноземних мов і профільних предметів.

Поряд із класичними закладами в аудиторіях активно розвиваються онлайн-платформи, які пропонують курси програмування, дизайну, маркетингу й інших затребуваних професій, і це стає можливістю як для молоді, так і для дорослих, які шукають можливості перекваліфікації.

Вищі навчальні заклади – державні університети й академії, а також приватні виші – конкурують насамперед за якість викладання, міжнародну акредитацію й спроможність готувати фахівців із затребуваним фаховим профілем. Останніми роками дедалі більшу увагу звертають на співпрацю з ІТ-індустрією, фармацевтичними компаніями та банківським сектором. Завдяки грантам та проєктам міжнародної технічної допомоги університети отримують можливість оновлювати

матеріально-технічну базу, впроваджувати сучасні лабораторії й зміцнювати науково-методичні центри. Водночас випускники очікують, що отримана вища освіта сприятиме швидкому працевлаштуванню — тому попит на спеціальності з чітким практичним ухилом (IT, інженерія, економіка) залишається високим.

Професійно-технічна освіта та курси підвищення кваліфікації набувають дедалі більшого значення у зв’язку зі змінами на ринку праці. Багато підприємств, особливо в аграрному секторі, машинобудуванні та сервісній галузі, укладають договори з навчальними центрами для підготовки працівників конкретних професій: від верстатників до автослюсарів і електриків. Система дуальної освіти, коли теоретичне навчання поєднується з практикою безпосередньо на виробництві, активно впроваджується в регіонах, де є великі промислові підприємства [1, с. 87].

Сфера додаткових освітніх послуг – репетиторство, мовні курси, підготовка до зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО) — також залишається стабільно популярною. Батьки інвестують у додаткові заняття, щоб діти отримали вищий бал на іспитах і вступили до бажаних вузів. Онлайн-репетиторство набуло особливої популярності, оскільки дозволяє охопити учнів із невеликих міст і селищ, де доступ до якісного навчання в окремих предметах може бути обмеженим.

Освітні курси приносять значну користь як у професійному, так і в особистому розвитку. Вони дозволяють швидко опанувати нові знання або вдосконалити вже наявні навички, що особливо важливо в умовах стрімких змін на ринку праці. Завдяки гнучкому формату, курси дають можливість навчатися у зручний час і в зручному темпі, що підходить як для студентів, так і для працюючих людей. Крім того, участь у таких програмах сприяє підвищенню впевненості в собі, розвитку критичного мислення, комунікативних та організаційних здібностей. У багатьох випадках освітні курси відкривають нові кар’єрні перспективи, допомагають змінити сферу діяльності або започаткувати власну справу.

Не менш важливою є категорія корпоративного навчання: великі компанії, зокрема в банківській, телекомунікаційній та агропромисловій сферах, інвестують у внутрішнє підвищення кваліфікації своїх співробітників. Для цього вони залучають як державні наукові установи, так і приватні тренінгові центри, які розробляють

програми з лідерства, управління проектами, фінансового аналізу чи технічних навичок відповідно до стандартів конкретної галузі.

Регулювання ринку здійснюється через Міністерство освіти і науки України та відповідні місцеві органи, які встановлюють вимоги до акредитації і ліцензування навчальних закладів, а також контролюють дотримання державних стандартів. Проте доволі часто зустрічаються ініціативи щодо дерегуляції, спрощення процедур ліцензування й надання автономії університетам — особливо в контексті Болонського процесу та євроінтеграційних прагнень України. Така політика сприяє появі нових закладів із нестандартними навчальними траєкторіями, зокрема проєктно-орієнтованих чи модульних [2, с.41].

Фінансово-економічні умови, у яких працюють освітні установи, також впливають на розвиток ринку. Державне фінансування зосереджено переважно на базових потребах шкіл і вузів, але нестача бюджетних коштів спонукає до пошуку зовнішніх джерел доходу: грантових програм, оплачуваних курсів, контрактної форми навчання. Багато університетів активно працюють із міжнародними фондами, щоб отримати ресурси на створення центрів передових досліджень чи модернізацію лабораторій.

Змінюється й споживацька поведінка: сучасні студенти й учні все більше орієнтуються на гнучкість графіка, можливість частково обирати курси й формати (очне, комбіноване, онлайн). Це призводить до появи все більшої кількості гібридних програм, які поєднують лекції в аудиторіях із вебінарами та самостійною роботою в інтерактивних онлайн-платформах. В умовах конкурентного середовища заклади, що швидко реагують на тренди — наприклад, пропонують курси з цифрового маркетингу, кібербезпеки чи штучного інтелекту — отримують перевагу і можуть привабити більшу аудиторію [3, с. 51].

Отже, ринок освітніх послуг в Україні сьогодні перебуває у стані постійної еволюції, сповненої викликів і можливостей. Він віддзеркалює загальні соціально-економічні процеси, зміну культури навчання й прагнення до європейської інтеграції, а також реагує на внутрішні та зовнішні шоки: від демографічних змін до швидкого розвитку технологій. Відповідно, заклади, які вміють оперативно адаптуватися,

інтегрувати інновації та пропонувати клієнтам актуальні освітні рішення, мають найкращі шанси на успіх у цьому конкурентному середовищі.

Під час війни ринок освітніх послуг в Україні зазнав глибоких трансформацій, зумовлених як безпековими викликами, так і необхідністю оперативної адаптації до нових реалій. З початку повномасштабного вторгнення було зруйновано чи пошкоджено значну частину освітньої інфраструктури: понад 3 тисячі закладів освіти зазнали руйнувань, а сотні були знищені повністю. Це не лише ускладнило доступ до традиційного навчання, а й обумовило стрімкий розвиток дистанційних та змішаних форм освіти .

Близько мільйона учнів змушені навчатися онлайн або в гібридному форматі через відсутність укриттів або безпосередню загрозу бойових дій. Водночас, депопуляційні тенденції, які почалися ще у 1990-х роках, поглибилися через масову міграцію, зокрема сімей з дітьми, що створило додаткове навантаження на освітню систему як в Україні, так і за її межами. Це також призвело до перегляду стратегії функціонування освітніх установ, особливо у сільській місцевості.

У відповідь на виклики, значного розвитку зазнали цифрові інструменти навчання. Онлайн-освіта стала не лише тимчасовою альтернативою, а й постійною складовою освітнього процесу, зокрема для внутрішньо переміщених осіб та тих, хто виїхав за кордон. Попри складну ситуацію, Україна активно реалізує проєкти реформування освітньої сфери за підтримки міжнародних партнерів. Наприклад, завдяки співпраці з Світовим банком і міжнародними фондами країна отримала фінансування на забезпечення доступу до якісної освіти, зокрема на проєкти цифровізації та підвищення кваліфікації педагогів.

Паралельно з цим посилилася увага до психологічної підтримки учасників освітнього процесу, адже високий рівень стресу та нестабільність суттєво впливають на якість засвоєння знань та загальний добробут дітей і педагогів. Таким чином, ринок освітніх послуг в Україні перебуває у фазі глибокої трансформації, що формує нові моделі навчання, орієнтовані на стійкість, інклюзивність та цифрову гнучкість. Ключові чинники, що визначають динаміку розвитку ринку освітніх послуг в Україні, наведено в таблиці 1.1.

Таблиця 1.1.

Вплив основних чинників на розвиток ринку освітніх послуг в Україні

Чинник	Характер впливу	Найбільш уражені або активізовані сегменти
Пандемія COVID-19	Активізація переходу на дистанційне навчання, цифровізація процесів, зниження доступності офлайн-освіти в окремих регіонах	Загальноосвітні школи, університети, онлайн-освітні платформи
Повномасштабна війна	Дестабілізація освітньої системи, пошкодження інфраструктури, релокація здобувачів освіти, адаптація до кризових умов	Школи та університети в прифронтових і тимчасово окупованих регіонах
Цифрові зміни	Швидке впровадження нових освітніх технологій, розвиток інтерактивних інструментів, онлайн-середовищ та EdTech	Всі рівні освіти, включно з позашкільною та післядипломною
Зміна освітніх запитів	Популяризація гнучких і практичних форматів навчання, зростання зацікавленості в короткострокових програмах	Приватні школи, курси для дорослих, освітні стартапи
Державна підтримка освіти	Впровадження програм грантів, цифрова реформа освіти, ініціативи на підтримку внутрішньо переміщених учнів/студентів, модернізація шкіл	Державні школи, ПТНЗ, заклади вищої освіти

Джерело: розроблено автором за допомогою [4, с.5]

Вплив даних чинників, що стимулюють розвиток ринку онлайн-освіти в Україні, проявився через кілька важливих аспектів. По-перше, війна в Україні спонукала Міністерство освіти запровадити дистанційні та онлайн-курси для учнів із непідконтрольних територій, що дало їм можливість опановувати шкільну програму та успішно складати ЗНО для подальшого вступу до українських вишів, по-друге, застаріла навчальна база у багатьох вищих навчальних закладах, де використовують підручники, видані 20–30 років тому. Це пов’язано як із недостатнім фінансуванням, так і з небажанням самих установ оновлювати літературу, через що студенти шукають більш актуальні знання через онлайн-курси. По-третє, деякі університети почали визнавати дистанційне навчання як окрему форму освіти, розробляють відповідні програми, формують цінову політику та вивчають попит на такі послуги. І нарешті, розвиток інтернет-технологій сприяє поширенню онлайн-курсів, а особливо під час

періодів ізоляції їх популярність значно зростає. Основними перевагами онлайн-освіти є її доступність – багато платформ надають безкоштовний доступ до матеріалів, а також гнучкість графіку, що дозволяє навчатися у зручний для користувача час [4, с.3].

Активне зростання ринку онлайн-освіти та підвищення попиту на неї у світі розпочалося кілька років тому, і сьогодні кількість користувачів таких курсів обчислюється десятками мільйонів. Онлайн-освіта займає близько 3% від загального обсягу світового освітнього ринку, її обсяг оцінюється у 165 мільярдів доларів США, і ця частка щороку зростає. Лідером у розвитку цього сегменту залишаються Сполучені Штати Америки.

В Україні, хоча онлайн-формат навчання почав використовуватись досить давно, цей напрямок усе ще перебуває на етапі становлення. Першими проявами онлайн-освіти були курси з вивчення іноземних мов, які з'явилися в інтернеті понад десять років тому. Інші напрями почали активно розвиватися з появою освітніх платформ, таких як Prometheus, EdEra, Coursmos та інші, де користувачі можуть проходити навчання дистанційно, а в деяких випадках — отримувати відповідні сертифікати. Із розвитком цифрових технологій та поширенням сучасних гаджетів навчальний процес дедалі частіше переходить у формат мобільних додатків. Структура попиту на освітні курси наведена на рис. 1.1.:

Рис. 1.1. Структура попиту на освітні курси в Україні у 2023 р.

Джерело: розроблено автором за допомогою [5]

Поширенню дистанційної освіти сприяє її економічна привабливість, адже вона не потребує додаткових витрат, які супроводжують традиційне навчання. Окрім плати за саме навчання у коледжах і університетах, студенти несуть витрати на харчування, проживання, проїзд тощо [6, с. 34]. При дистанційному форматі ці витрати мінімізуються або взагалі зникають. До того ж, вартість онлайн-курсів зазвичай значно нижча порівняно з очною формою. Однак, попри очевидні переваги, дистанційна освіта в Україні перебуває лише на етапі становлення: вона ще не має досконалої структури, бракує чітких навчальних програм, а сама система потребує вдосконалення.

Розвиток ринку онлайн-освіти значною мірою підтримується інвестиційною активністю. У 2022 році обсяг інвестицій у сферу Edtech, що охоплює технологічні рішення для освіти, досяг 24,76 мільярда доларів США, що на 18,2% більше, ніж у 2020 році. Лідерами за обсягами інвестицій є Сполучені Штати Америки (47,8% від загального обсягу) та Китай (23,2%). Найбільше коштів спрямовується на розвиток освітніх технологій, заснованих на штучному інтелекті – ця категорія становила 24,7% від усіх інвестицій. Для порівняння, на електронне навчання припадало 2,3%, а на мобільні формати – 17,7%. Обсяг інвестицій в компанії, які займаються електронним та мобільним навчанням в 2021-2024 роках (рис.1.2).

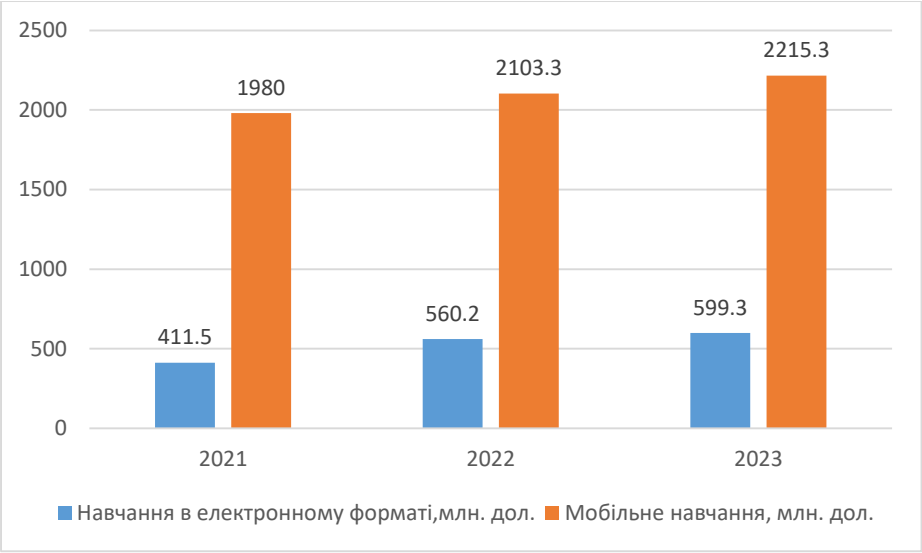

Рис. 1.2. Обсяг інвестицій в компанії, які займаються електронним та мобільним навчанням в 2021-2024 роках

Джерело: розроблено автором за допомогою [7]

За даними дослідження Research.com, світовий ринок електронного навчання демонструє стабільну динаміку зростання і до 2026 року його обсяг прогнозується на рівні 336,98 мільярда доларів США. Починаючи з 2018 року, середньорічний темп зростання (CAGR) цього сегмента становить 9,1%, що свідчить про активне розширення та зростаючий попит на цифрові освітні послуги у світі [7].

Швидке зростання ринку онлайн-навчання та позитивні прогнози щодо його прибутковості свідчать про сталий інтерес до цифрової освіти та відкривають численні можливості для тих, хто прагне створювати й продавати навчальні онлайн-курси.

Однак, як і в будь-якому бізнесі, успіх у цій сфері не гарантується автоматично. Щоб досягти результатів, необхідно розуміти, як правильно розробляти та просувати свої курси.

Одним із ключових викликів є висока конкуренція: зростання попиту тягне за собою перенасичення ринку. Тому важливо пропонувати унікальну цінність або зосереджуватись на вузькоспеціалізованих темах, аби вирізнятися серед інших.

Успіх курсу напряму залежить від його якості та здатності утримувати увагу слухачів. Важливими елементами є якісний контент, інтерактивність та цікава подача матеріалу, які допомагають залучати та мотивувати користувачів до навчання.

Проте навіть найкращий курс не принесе результату без правильної маркетингової стратегії. Для залучення аудиторії необхідно використовувати SEO, просування в соціальних мережах, e-mail-маркетинг, партнерські програми та інші канали.

Оскільки сфера e-learning динамічно змінюється, важливо постійно оновлювати контент і слідкувати за новими технологіями й платформами, щоб ваш продукт залишався актуальним і конкурентоспроможним [5].

Також варто уважно підійти до формування ціни. Вона повинна адекватно відображати цінність курсу, але при цьому залишатися прийнятною для цільової аудиторії. Надто низька ціна може знецінити продукт, а завищена відштовхнути потенційних клієнтів.

Наприклад, деякі галузі демонструють підвищений попит на онлайн-освіту – зокрема, напрямки, пов’язані з нерухомістю, бізнесом і особистісним розвитком, часто приваблюють велику аудиторію слухачів. Це, своєю чергою, сприяє високим показникам реєстрації та потенційному зростанню доходів.

Втім, рівень прибутковості значною мірою визначається низкою ключових чинників:

- Трафік на платформі: Чим більше користувачів відвідує ваш сайт, тим вищі шанси на залучення нових студентів.
- Коефіцієнт конверсії: Важливо не лише привабити відвідувачів, а й переконати їх придбати курс.
- Цінова політика: Вартість курсу безпосередньо впливає на дохід, тож вона має бути обґрунтованою й відповідати очікуванням аудиторії.
- Якість і змістовність курсу: Актуальний, добре структурований і захоплюючий контент сприяє успішному завершенню навчання та позитивним відгукам, що формує «сарафанне радіо».
- Маркетинг і продажі: Ефективна маркетингова стратегія відіграє ключову роль у просуванні курсу та залученні потенційних клієнтів. Це один із найважливіших елементів у процесі запуску онлайн-навчання [8].

Окремо варто зазначити, що технологічні напрями зазвичай мають найвищий потенціал прибутковості. Це пов’язано з підвищеним інтересом до практичних цифрових навичок, зокрема програмування, створення мобільних додатків, веброзробки та інших дотичних спеціальностей.

Цілком обґрунтовано вважати фінансовий прибуток одним із ключових індикаторів успіху, проте існує низка інших важливих показників, які дозволяють глибше оцінити ефективність онлайн-курсів. Вони дають змогу не лише зрозуміти рівень зацікавленості слухачів, а й визначити якість навчального контенту, рівень залученості та задоволення користувачів.

Прогрес студентів є важливим показником їхньої залученості та свідчить про те, наскільки цікавим і доступним є навчальний матеріал. Якщо слухачі активно проходять курс, це означає, що контент підтримує їхню увагу та мотивацію до навчання.

Оцінити прогрес можна за кількома критеріями:

- Завершення курсу: Високий відсоток тих, хто доходить до фіналу, говорить про те, що матеріал сприймається як корисний і достатньо захоплюючий, щоб пройти його повністю.
- Темп проходження модулів: Стабільне просування учасників через навчальні блоки свідчить про добре підібрану структуру курсу та відповідний рівень складності, який не перевантажує студентів і не знижує їхню мотивацію.
- Результати на тестах і практичних завданнях: Позитивна динаміка в оцінках показує, що слухачі не лише вивчають матеріал, а й ефективно його засвоюють і здатні застосовувати отримані знання на практиці.

Позитивні відгуки відіграють важливу роль як форма соціального підтвердження. Вони мають значний вплив на вибір потенційних студентів, сприяючи прийняттю рішення про реєстрацію на курс і, відповідно, впливають на рівень продажів.

Рівень задоволення користувачів можна виміряти наступним чином. Після завершення курсу варто запросити студентів заповнити опитування. Для цього можна скористатися такими сервісами, як Google Forms або SurveyMonkey, які дозволяють легко створювати анкети. Якщо працювати на платформі на кшталт SkillzRun, швидше за все, там є спеціальний розділ для відгуків – регулярно переглядайте та аналізуйте отримані коментарі [9] .

Для вимірювання лояльності клієнтів рекомендується використовувати метрику Net Promoter Score (NPS), яка оцінює готовність студентів рекомендувати ваш курс іншим і має значення від -100 до 100 [10].

Крім того, цінний зворотний зв’язок можна отримати під час безпосереднього спілкування зі слухачами — через електронну пошту, соцмережі або форуми курсу. Звертайте увагу на їхні враження та коментарі, адже вони часто найчесніші та найінформативніші.

1.2. Умови організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні у сфері освітніх послуг

Державна політика в сфері освіти в Україні спрямована на забезпечення якісної та доступної освіти для всіх громадян, відповідно до Конституції України та міжнародних стандартів. Ось основні аспекти цієї політики:

1. Законодавча база: Освіта регулюється Законом України "Про освіту", а також іншими спеціалізованими законами, такими як "Про загальну середню освіту", "Про вищу освіту", "Про професійну освіту" тощо [11].
2. Доступність та інклюзія: Забезпечення рівного доступу до освіти для всіх верств населення, включаючи осіб з інвалідністю та національні меншини.
3. Реформи та децентралізація: Реалізація реформи "Нова українська школа" (НУШ), що фокусується на компетентнісному підході до навчання, розвитку критичного мислення та практичних навичок.
4. Фінансування освіти: Держава фінансує освіту через державний та місцеві бюджети, надаючи субвенції на заробітні плати вчителів та інші освітні потреби.
5. Цифровізація та інновації: Розвиток електронних платформ для дистанційного навчання, впровадження цифрових інструментів і STEM-освіти.
6. Підготовка кадрів та професійний розвиток: Підвищення кваліфікації вчителів, сертифікація педагогів та створення системи безперервного професійного розвитку.
7. Освіта для дорослих і професійна підготовка: Програми перепідготовки, навчання протягом життя та підтримка підприємництва.
8. Інтеграція в європейський освітній простір: Впровадження Болонського процесу, визнання дипломів та мобільність студентів і викладачів.
9. Захист прав дітей та студентів: Забезпечення безпечного та психологічно комфортного середовища, протидія булінгу.
10. Підтримка науки та інновацій: Фінансування наукових досліджень та інтеграція науки з бізнесом і виробництвом.

Ці напрямки спрямовані на створення сучасної, конкурентоспроможної та інноваційної освітньої системи, яка відповідає викликам сучасного світу.

Додатковими аспектами державної політики в сфері освіти України виступають наступні.

Мовна політика в освіті: Відповідно до Закону "Про забезпечення функціонування української мови як державної", основною мовою навчання є українська, однак збережено право на вивчення мов національних меншин.

Освіта для внутрішньо переміщених осіб та дітей із зони конфлікту: Забезпечення доступу до освіти для дітей з тимчасово окупованих територій та регіонів, постраждалих від воєнних дій, а також створення умов для дистанційного навчання.

Підтримка інклюзивної освіти: Розвиток спеціалізованих навчальних закладів та інклюзивних класів, де діти з особливими освітніми потребами можуть навчатися разом із ровесниками.

Розвиток дуальної освіти: Запровадження програм, що поєднують навчання в закладах освіти з практикою на підприємствах, для покращення професійних навичок та працевлаштування випускників.

Міжнародне співробітництво: Участь у програмах обміну студентами та викладачами (наприклад, Erasmus+), співпраця з міжнародними університетами та науковими інституціями.

Фінансова підтримка студентів: Надання державних стипендій, грантів на наукові дослідження та пільгових кредитів на освіту.

Освіта в умовах цифрової трансформації: Розвиток онлайн-платформ для навчання, створення цифрових бібліотек та інтерактивних навчальних матеріалів.

Розвиток громадянської освіти: Включення в навчальні програми тем про права людини, демократію та толерантність.

Екологічна освіта та сталий розвиток: Впровадження екологічних тем у шкільні програми для формування екологічної свідомості молоді.

Моніторинг та оцінка якості освіти: Запровадження зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО), міжнародних рейтингів якості освіти (PISA) та внутрішнього аудиту навчальних закладів [9].

Ці заходи спрямовані на побудову сучасної освітньої системи, яка відповідає європейським стандартам та забезпечує рівний доступ до якісної освіти для всіх громадян України.

Державне регулювання у сфері онлайн-освіти в Україні поступово розвивається, щоб забезпечити якість, доступність і безпеку освітнього процесу в цифровому середовищі. Ось ключові аспекти:

1. Законодавча база:

Закон України "Про освіту" та "Про вищу освіту" містять положення, які дозволяють використання дистанційних та онлайн-форм навчання [11].

Постанова Кабінету Міністрів України № 466 від 21 березня 2020 року регулює питання організації дистанційного навчання під час пандемії COVID-19.

2. Ліцензування та акредитація:

Вищі навчальні заклади, які надають онлайн-освіту, повинні отримати ліцензію та проходити акредитацію програм через Національне агентство із забезпечення якості вищої освіти (НАЗЯВО).

3. Цифрові платформи та інструменти:

Міністерство освіти і науки України (МОН) рекомендує використання платформ, таких як Всеукраїнська школа онлайн (для шкільної освіти) та Національна платформа з цифрової грамотності "Дія.Цифрова освіта".

4. Інформаційна безпека та захист персональних даних:

Відповідно до Закону України "Про захист персональних даних", онлайн-платформи зобов'язані захищати особисту інформацію учнів і студентів.

5. Фінансова підтримка та гранти:

Держава підтримує проекти цифровізації освіти через грантові програми та співпрацю з міжнародними партнерами, такими як ЮНІСЕФ та ЄС.

6. Інклюзивність та доступність:

Розробка адаптованих навчальних матеріалів для людей з особливими освітніми потребами та забезпечення доступу до інтернету в сільській місцевості.

7. Оцінювання та сертифікація:

Проведення онлайн-тестування, зовнішнього незалежного оцінювання (ЗНО) та сертифікації курсів відповідно до державних стандартів.

8. Підготовка викладачів:

Програми підвищення кваліфікації для педагогів з використання цифрових технологій та методик онлайн-навчання.

9. Співпраця з приватним сектором:

Партнерство з платформами Coursera, Udemy, Prometheus, EdEra та іншими для інтеграції сертифікованих онлайн-курсів у навчальні програми.

10.Моніторинг та контроль якості:

Регулярні перевірки навчальних закладів та платформ на відповідність стандартам освіти та академічній доброчесності [12, с.41].

Ці заходи спрямовані на створення сучасного та гнучкого освітнього середовища, що відповідає потребам цифрової епохи.

1.3. Обґрунтування вибору організаційно-правової форми створення бізнесу в сфері освіти

Підприємницька діяльність в Україні здійснюється у рамках різних організаційно-правових форм, кожна з яких має свої унікальні переваги та особливості правового регулювання. Вибір конкретної форми господарювання залежить від кількох факторів, серед яких правовий статус, рівень фінансової відповідальності, система оподаткування та адміністративні вимоги. Для курсів з бізнесу і торгівлі доцільним варіантом може бути статус юридичної особи, що забезпечує більшу правову стабільність, ширші можливості для залучення інвестицій, а також підвищує рівень довіри з боку клієнтів і партнерів [12, с. 46]. У таблиці 1.2 представлено порівняльний аналіз основних організаційно-правових форм ведення бізнесу в Україні.

Таблиця 1.2

Порівняльний огляд основних організаційно-правових форм господарювання в Україні

Організаційно-правова форма	Переваги
ФОП (спрощена система)	Спрощена система оподаткування (єдиний податок); фіксований розмір податку або відсоток від доходу; легка реєстрація; простий облік доходів; дозвіл на готівкові розрахунки.
ТОВ	Простий порядок реєстрації; мінімальні фінансові ризики для учасників; можливість масштабування бізнесу та залучення інвестицій; можливість участі в інших господарських товариствах; можливість застосування спрощеної системи оподаткування.
Кооператив	Прибуток розподіляється між учасниками відповідно до їх трудового внеску; майно після ліквідації розподіляється пропорційно внескам; рівноправність усіх членів у процесі управління кооперативом.
Акціонерне товариство	Можливість застосування різних форм виробництва; акціонер відповідає за зобов'язання товариства лише в межах своїх акцій; акціонери мають реальний контроль над господарською діяльністю.

Джерело: складено автором за даними [15],

Для новостворених освітніх курсів оптимальним варіантом є реєстрація у формі фізичної особи підприємця, що відповідає специфіці діяльності та стратегічним цілям розвитку. Така організаційно-правова форма сприяє стабільності бізнесу у сфері освітніх послуг, де присутні певні ризики. Гнучка структура власності та управління дозволяє оперативно реагувати на зміни ринкових умов, а також залучати нових інвесторів і партнерів. Відсутність вимоги щодо мінімального статутного капіталу, а також спрощена звітність і адміністрування знижують адміністративні витрати і сприяють швидкому запуску проєкту [16]. З огляду на ці переваги, новий освітній центр у місті планується зареєструвати як ФОП "TradeUp".

Відповідно до Податкового кодексу України, вибір системи оподаткування є важливим кроком у діяльності будь-якого підприємства, зокрема освітнього закладу. Оптимальна система залежить від ряду факторів, таких як обсяг доходів, кількість

працівників, види надаваних послуг і наявність податкових пільг. Для ФОП "TradeUp" доцільним є застосування спрощеної системи оподаткування, 3 група, що передбачає сплату податку на прибуток підприємств у розмірі 5% [15].

Основні КВЕДи для наших освітніх курсів:

- 85.41 – Діяльність вищих навчальних закладів;
- 85.42 – Діяльність професійно-технічної освіти;
- 85.59 – Інша освіта, н.в.і.у. (включає курси підвищення кваліфікації, додаткову освіту, освітні тренінги, курси різного спрямування);
- 85.60 – Допоміжна діяльність у сфері освіти (наприклад, організація освітніх процесів, консультації, надання навчальних матеріалів);

Додаткові КВЕДи:

- 62.01 – Комп’ютерне програмування (якщо курси пов’язані з IT та програмуванням);
- 63.99 – Надання інших інформаційних послуг (якщо є онлайн-платформа для навчання)[17].

Відповідно до Закону України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні», усі юридичні особи, у тому числі ФОП "TradeUp", зобов’язані вести бухгалтерський облік та подавати фінансову звітність [15]. Цей закон регламентує правила та методи ведення бухгалтерського обліку, а також порядок складання і подання фінансової звітності.

Бухгалтерський облік здійснюється протягом усього періоду діяльності підприємства – від моменту його заснування до припинення діяльності. Основні принципи бухгалтерського обліку включають:

- послідовність – забезпечує сталість застосування вибраних методів обліку з року в рік;
- обачність – запобігає завищенню активів і доходів або заниженню зобов’язань і витрат;
- повнота – передбачає відображення всіх господарських операцій;
- автономність – гарантує відокремлене ведення обліку майна та зобов’язань підприємства від власників.

Ці принципи сприяють прозорості фінансової звітності, захищають інтереси підприємства та його власників, а також допомагають приймати обґрунтовані управлінські рішення щодо розвитку компанії.

Фінансова звітність майбутнього ФОП "TradeUp" базуватиметься на даних бухгалтерського обліку та включатиме ключові документи відповідно до Національних стандартів бухгалтерського обліку України:

- Звіт про фінансові результати (звіт про сукупний дохід), який відображає доходи, витрати та фінансовий результат діяльності за звітний період;
- Звіт про фінансовий стан, що показує активи, зобов’язання і власний капітал підприємства на певну дату;
- Звіт про власний капітал, який демонструє зміни у власному капіталі підприємства протягом звітного періоду [16].

Вибрана система оподаткування передбачає подання щомісячної декларації з податку на прибуток щоквартально або раз на рік залежно від обсягу доходів.

Дотримання податкового законодавства є важливою умовою успішного функціонування будь-якого підприємства. ФОП "TradeUp" має приділяти особливу увагу правильному веденню бухгалтерського обліку, своєчасному поданню звітності та своєчасній сплаті податків, щоб запобігти можливим фінансовим штрафам, адміністративним санкціям та кримінальній відповідальності.

Ця група ідеально підходить для таких видів діяльності як онлайн-курси, бізнес-школи, тренінги, вебінари. Якщо річний дохід перевищить ліміт (8.55 млн грн), маємо перейти на загальну систему або стати платником ПДВ.

Висновки до розділу 1

1. Актуальність створення бізнес-курсів в торгівлі зумовлена зростаючим інтересом до фінансової грамотності, інвестування та альтернативних джерел доходу серед українців. Особливо це помітно на тлі економічної нестабільності та високої інфляції, що стимулює громадян шукати нові можливості для збереження та примноження капіталу.

2. Підприємницька діяльність в Україні регламентується рядом чинних законодавчих актів. Згідно з нормативною базою, здійснення навчальної діяльності не потребує обов’язкового ліцензування, якщо не йдеться про надання державного зразка освітніх документів.

Планується створення нових освітніх курсів у сфері торгівлі під назвою "TradeUp", які орієнтуватимуться на високу якість навчання та можливість подальшої добровільної сертифікації слухачів і викладачів. Для ефективного функціонування передбачено створення необхідної інфраструктури, дотримання стандартів захисту персональних даних та забезпечення належної якості освітнього продукту. Освітня діяльність буде здійснюватися згідно з КВЕД: 85.59 – Інші види освіти (включає курси підвищення кваліфікації, додаткову професійну підготовку, тренінги, навчальні програми); 85.60 – Допоміжна діяльність у сфері освіти (організація навчальних заходів, освітнє консультування, надання навчальних матеріалів тощо).

3. Новостворені курси працюватимуть у форматі фізичної особи-підприємця (ФОП), на 3-й групі спрощеної системи оподаткування, що передбачає сплату 5% від доходу без ПДВ. Така форма ведення бізнесу є оптимальною для надання освітніх послуг: онлайн-курсів, тренінгів, бізнес-шкіл, вебінарів. У разі перевищення граничного річного доходу (8,55 млн грн на 2025 рік), підприємству необхідно буде перейти на загальну систему оподаткування або зареєструватися платником ПДВ. Ринок освітніх послуг в Україні демонструє активне зростання та високий попит на якісну практичну підготовку, що створює сприятливі умови для розвитку проєкту "TradeUp".

РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИЧНА ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ БІЗНЕС КУРСІВ В ТОРГІВЛІ

2.1. Аналіз ринку освітніх послуг в Україні

Ринок освітніх послуг в Україні активно розвивається та демонструє позитивну динаміку в усіх ключових сегментах. Його структура включає формальну (дошкільну, середню, професійно-технічну, вищу освіту) та неформальну освіту, до якої належать різноманітні курси, тренінги, програми підвищення кваліфікації, корпоративне навчання та онлайн-платформи [18, с.116].

Загальні тенденції свідчать про зростання обсягів як державного фінансування освіти, так і інвестицій у приватний освітній сектор. У 2024 році на освіту з державного бюджету було спрямовано 176,2 млрд грн, що на 23 % більше, ніж у попередньому році. Очікується, що в 2025 році фінансування перевищить 194 млрд грн. Водночас, частка приватного сектора поступово зростає: зокрема, кількість приватних шкіл та навчальних центрів збільшується, а попит на прикладні курси, особливо у сфері торгівлі, маркетингу та IT, демонструє стабільне зростання.

Суттєвий вплив на ринок мають технологічні інновації, зокрема діджиталізація процесів навчання. Після пандемії COVID-19 онлайн-курси стали невід'ємною частиною навчального середовища. Платформи на зразок Prometheus, EdEra та Coursera отримали значне зростання аудиторії — на понад 40 % за два роки. Зросла також роль корпоративної освіти: понад 60 % компаній в Україні інвестують у внутрішнє навчання персоналу, що стимулює розвиток короткострокових практичних програм.

Конкурентне середовище охоплює державні, приватні та альтернативні формати навчання. Державні установи, маючи широку інфраструктуру, поступаються гнучкістю та адаптивністю до потреб ринку. Натомість приватні заклади та мікробізнеси швидко реагують на зміни попиту, пропонуючи сучасні програми з можливістю сертифікації, дистанційного доступу та індивідуалізованого підходу [19, с. 170].

Ринок освіти сьогодні переживає етап структурної трансформації: зростає інтерес до коротких, практико-орієнтованих курсів, особливо у сферах, де відсутнє державне регулювання програм. Це створює сприятливе середовище для запуску нових освітніх проєктів, таких як "TradeUp", які можуть зайняти нішу курсів з торгівлі, підприємництва, онлайн-продажів та логістики. Успіх таких проєктів залежить від здатності пропонувати якісний контент, сертифікацію, зручний формат навчання та відповідність актуальним запитам бізнесу.

Ринок онлайн-курсів з торгівлі в Україні демонструє активний розвиток, зумовлений зростаючим попитом на практичні навички у сфері електронної комерції, маркетингу та продажів. Хоча точна статистика щодо цього сегмента обмежена, наявні дані дозволяють окреслити основні тенденції та перспективи.

До основних тенденцій на ринку онлайн-курсів з торгівлі можна віднести:

- Попит на додаткову освіту: Близько 70% українців проходили додаткове навчання за останні три роки, при цьому кожен третій оплачував курси хоча б один раз. Це свідчить про високий інтерес до саморозвитку та підвищення кваліфікації [16].
- Сегментація ринку онлайн-навчання: За даними платформи Projector, 21% ринку онлайн-освіти в Україні припадає на сегмент додаткової освіти, до якого належать курси з торгівлі, маркетингу та підприємництва.
- Зростання інтересу до криптовалют: Навчальні програми, пов'язані з криптовалютами та цифровими активами, залишаються популярними серед українців, навіть попри коливання ринку [20].

Розвиток онлайн-торгівлі в Україні створює сприятливе середовище для поширення курсів з торгівлі:

Зростання обсягів e-commerce: У 2024 році обсяг угод в українському сегменті електронної комерції склав майже $4 млрд, що на третину більше порівняно з 2023 роком [21].

Збільшення онлайн-покупок: 16% усіх покупок українці здійснюють в Інтернеті, що свідчить про зростаючу популярність онлайн-торгівлі та необхідність відповідних навичок (рис. 2.1):

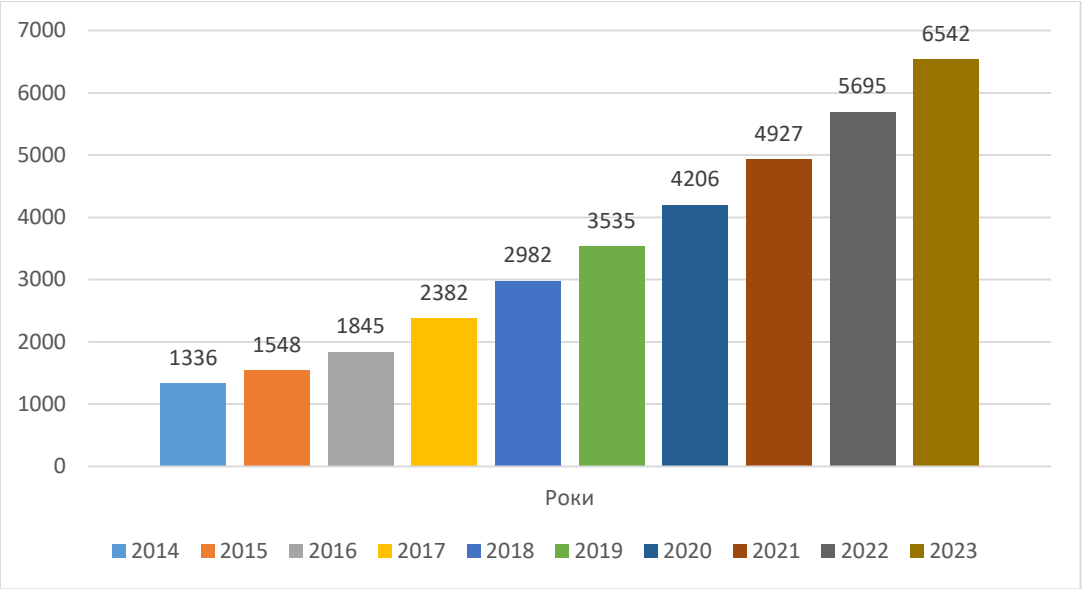

Рис. 2.1 Динаміка світових обсягів електронного роздрібного продажу станом за період 2014-2023 р.р., млрд. долл.

Джерело: складено за допомогою [21]

Перспективи розвитку та вихід на міжнародні ринки. Так, багато українських онлайн-шкіл розширюють свою діяльність за межі країни, адаптуючи курси для аудиторії в Європі, Америці та Азії. Інноваційні формати навчання. Використання штучного інтелекту та віртуальної реальності робить онлайн-курси більш інтерактивними та ефективними (рис. 2.2):

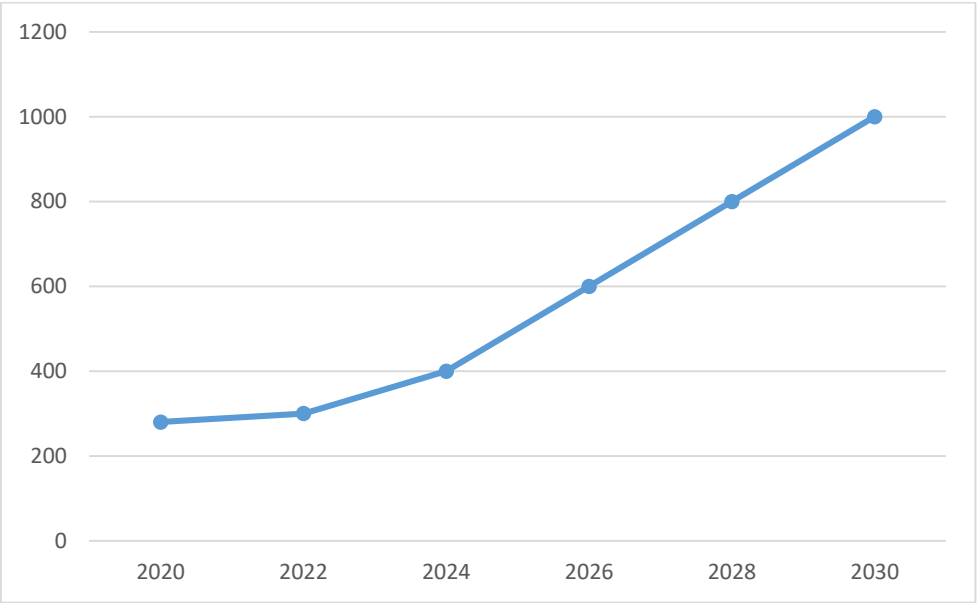

Рис. 2.2 Динаміка зростання онлайн навчання по роках, млрд. долл..

Джерело: складено за допомогою [21]

Підвищення довіри до онлайн-освіти: 58% роботодавців вважають сертифікати про проходження онлайн-курсів такими ж цінними, як і дипломи традиційних університетів [21].

Ринок онлайн-курсів з торгівлі в Україні має значний потенціал для зростання, зважаючи на активний розвиток електронної комерції та зростаючий попит на практичні навички у сфері торгівлі. Інноваційні формати навчання та вихід на міжнародні ринки відкривають нові можливості для освітніх проєктів у цій галузі.

У таблиці 2.1 представлено середню вартість онлайн-курсів з торгівлі в Україні, структуровану за основними напрямками навчання. В таблиці 2.1 охоплено найбільш затребувані теми у сфері електронної та роздрібної торгівлі, що відповідають сучасному попиту на практичні знання серед підприємців, власників малих бізнесів та маркетологів.

Таблиця 2.1.

Середня вартість онлайн-курсів з торгівлі за напрямками

Напрям курсу	Середня вартість курсу, грн	Опис
Основи підприємництва	3 500	Старт бізнесу, реєстрація ФОП, юридичні основи, податкова система
Онлайн-торгівля (маркетплейси)	4 800	Продавати на Rozetka, Prom, Etsy, Amazon; робота з кабінетом продавця
Digital-маркетинг для торгівлі	5 200	Facebook Ads, Google Ads, SEO, контент-маркетинг для e-commerce
Продажі та переговори	3 000	Скрипти продажів, обробка заперечень, воронка клієнтів
CRM і автоматизація продажів	4 500	Робота з CRM (Bitrix24, Hubspot), воронки, автоматизація комунікацій

Джерело: складено за допомогою [22]

Згідно таблиці 2.1 курси з основ підприємництва (3 500 грн) охоплюють базову підготовку до відкриття власної справи: юридичні питання, вибір КВЕД, податкову

систему. Вони особливо актуальні для новачків. Онлайн-торгівля на маркетплейсах (4 800 грн) – один із найпопулярніших напрямків, пов’язаний із продажами на платформах типу Prom.ua, Rozetka, Amazon [22].

Вартість обумовлена практичними навичками, які одразу можна монетизувати.

Digital-маркетинг у торгівлі (5 200 грн) є найдорожчим сегментом, оскільки включає складні інструменти (таргетинг, SEO, аналітику), необхідні для просування в інтернеті.

Курси з продажів та переговорів (3 000 грн) орієнтовані на вдосконалення навичок спілкування з клієнтами, роботу із запереченнями та збільшення конверсії. CRM і автоматизація продажів (4 500 грн) — напрям, що стає все популярнішим серед малого бізнесу.

Курс дозволяє ефективніше управляти лідами, клієнтською базою та повторними продажами. Instagram-магазин (2 700 грн) – найдоступніший за вартістю, проте надзвичайно популярний серед малого бізнесу та жінок-підприємниць, які ведуть продаж через соцмережі.

Таблиця демонструє, що середня вартість курсів варіюється від 2 700 до 5 200 грн, залежно від складності теми та практичної цінності. Водночас усі напрямки мають стабільний попит, з огляду на активне зростання електронної торгівлі в Україні.

У таблиці 2.2 представлено основних учасників ринку освітніх послуг у сфері торгівлі в місті Одеса, які пропонують навчання, курси та тренінги з підприємництва, електронної комерції та продажів.

Структура таблиці розділена на три основні категорії: локальні навчальні ініціативи, національні онлайн-платформи та міжнародні програми підтримки малого бізнесу.

Таблиця 2.2 ілюструє широкий спектр освітніх можливостей у сфері торгівлі в Одесі. Місто має добре розвинуту інфраструктуру для навчання підприємців – як офлайн, так і онлайн. Особливо помітною є тенденція до інтеграції міжнародної підтримки в локальні ініціативи, що відкриває нові можливості для підприємців та слухачів курсів.

Таблиця 2.2.

Основні учасники ринку освітніх послуг у сфері торгівлі в м. Одеса

Назва організації / школи	Перелік послуг / спеціалізація
Локальні освітні платформи та школи	
Business Consulting Odessa	Курси з підприємництва, основ торгівлі, фінансової грамотності, створення бізнесу з нуля.
Startup Ukraine: Odessa Hub	Освітні програми для стартапів, інтенсиви з електронної комерції, пітчинги, менторські сесії.
Academy SMART	Курси з digital-маркетингу, просування в e-commerce, налаштування реклами для інтернет-магазинів.
SkillUP Odessa	Навчання в напрямах продажів, CRM, B2B-комунікацій та розвитку особистого бренду для торгівлі.
Національні онлайн-школи з доступом в Одесі	
Prometheus	Курси «Підприємництво для кожного», електронна комерція, основи маркетингу для малого бізнесу.
Projector Institute	Бізнес-напрям: стратегія, продуктове мислення, діджитал-просування для малих брендів.
Bazilik School	Курси з продажів через Instagram, брендинг для малого бізнесу, e-commerce-маркетинг
Diia.Osvita	Державна платформа з безкоштовними освітніми курсами: ФОП, експорт, ведення онлайн-бізнесу
Міжнародні програми підтримки підприємців	
USAID (Програма «Конкурентоспроможна економіка України»)	Фінансування освітніх ініціатив, навчальні бізнес-інкубатори, гранти на навчання.
GIZ (Німеччина)	Підтримка молодих підприємців, менторство та тренінги у сфері торгівлі та цифрової грамотності
ЄБРР (Програма підтримки МСП)	Фінансова компенсація на навчання підприємців у ліцензованих освітніх закладах

Джерело: складено за допомогою [25-31]

Дана таблиця демонструє, що ринок курсів у сфері торгівлі в Одесі є різноманітним та активно підтримується як локальними ініціативами, так і національними та міжнародними програмами.

Вона включає як класичні бізнес-школи та спеціалізовані центри, так і великі онлайн-платформи, доступні з будь-якого міста України. Наступна таблиця 2.3 дозволяє порівняти основні організації, що надають бізнес-освіту у сфері торгівлі в Одесі та по Україні, і зорієнтуватися в середньому ціновому сегменті, типах клієнтів та форматах навчання.

Таблиця 2.3

Основні учасники ринку бізнес-курсів у сфері торгівлі в Україні та Одесі

Назва компанії	Тип	Основні послуги	Сфера клієнтів	Середній чек, грн	Формат роботи
TradeUp	Локальна освітня ініціатива	Курси з торгівлі, продажів, ведення ФОП, бізнес-симуляції	Початківці, ФОП, молоді підприємці	2 000 – 6 000	Онлайн / офлайн
Business Consulting Odesa	Локальна	Базова підприємницька освіта, бізнес-планування, розвиток торгових навичок	Студенти, стартапи, локальні підприємці	4 000 – 8 000	Офлайн / онлайн
Prometheus	Національна онлайн-платформа	Безкоштовні курси з підприємництва, маркетингу, електронної торгівлі	Широке коло, ФОП, працівники малого бізнесу	Безкоштовно	Онлайн
Projector Institute	Приватна освітня школа	Бізнес-курси з e-commerce, бренд-менеджменту, продуктової аналітики	Малий і середній бізнес, фрілансери	6 000 – 15 000	Онлайн
Diia.Osvita	Державна платформа	Курси: ФОП, експорт, діджитал-продажі, фінансова грамотність	Широка аудиторія, держпідприємці, переселенці	Безкоштовно	Онлайн
Netpeak Education	Приватна платформа	Онлайн-курси зі стратегічного маркетингу, продажів, CRM, аналітики	ФОП, e-commerce, стартапи	5 000 – 12 000	Онлайн
USAID / ЄБРР / GIZ	Міжнародна підтримка	Освітні програми з бізнесу, торгівлі, коучинг, часткове фінансування навчання	МСП, ветерани, жінки-підприємці	Безкоштовно або часткова оплата	Через програми, х

Джерело: складено за допомогою [25-31]

Представлена таблиця демонструє, що ринок бізнес-освіти в сфері торгівлі в Україні та місті Одеса є доволі розвиненим, динамічним і різнорівневим. Він включає як локальні ініціативи з практичним фокусом, так і національні онлайн-платформи з широким охопленням аудиторії.

Додатково міжнародні організації відіграють важливу роль у розширенні доступу до якісної освіти для малих підприємців, особливо вразливих груп.

Основні тенденції, що можна виділити:

- Доступність: велика частина курсів є безкоштовною або частково фінансується міжнародними донорами, що робить їх доступними для широких верств населення.
- Цінова гнучкість: середній чек коливається від 2 000 до 15 000 грн залежно від тривалості курсу, формату, глибини теми та репутації організатора.
- Формат навчання: переважає онлайн-формат, що відповідає сучасним потребам мобільної, зайнятої аудиторії. Гібридні й офлайн-програми популярні переважно серед локальних шкіл.
- Сфери клієнтів: найбільш активно навчаються представники мікро- та малого бізнесу, початківці, жінки-підприємниці та фрілансери.

Це створює сприятливі умови для розвитку нових навчальних проєктів у сфері торгівлі, особливо якщо вони будуть практикоорієнтованими, доступними за ціною й адаптованими до потреб конкретних сегментів аудиторії.

У сфері онлайн освіти, як і в будь-якій іншій сфері є сильні та слабкі сторони, можливості та загрози. Для вивчення цих сторін доцільно буде використати такий інструмент як SWOT-аналіз [32].

SWOT-аналіз (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) є корисним інструментом для стратегічного планування та прийняття рішень у будь-якій сфері, зокрема в онлайн-освіті.

SWOT-аналіз є ефективним інструментом для визначення ключових напрямків розвитку онлайн-освіти в Україні, що сприяє прийняттю обґрунтованих рішень, оптимізації ресурсів та зменшенню ризиків (табл. 2.4):

Таблиця 2.4

SWOT-аналіз сфери онлайн-освіти в Україні

Сильні сторони (Strengths)	Можливості (Opportunities)
1. Широкий доступ до міжнародних платформ (Coursera, edX, Udemy). 2. Державні ініціативи, такі як Всеукраїнська школа онлайн і Дія.Цифрова освіта. 3. Розвиток українських EdTech-платформ (Prometheus, EdEra, GIOS). 4. Гнучкість та зручність для студентів та викладачів. 5. Висока зацікавленість у перекваліфікації через глобальні зміни на ринку праці.	1. Інтеграція з європейським освітнім простором та участь у програмах Erasmus+ і Horizon Europe. 2. Розвиток інноваційних технологій (штучний інтелект, VR/AR, гейміфікація). 3. Підвищення цифрової грамотності через державні та міжнародні програми. 4. Створення онлайн-курсів для внутрішньо переміщених осіб та українців за кордоном.
Слабкі сторони (Weaknesses)	**Загрози (Threats)**
1. Нерівний доступ до якісного інтернету, особливо в сільських районах та зонах конфлікту. 2. Низький рівень цифрової грамотності серед деяких викладачів. 3. Відсутність єдиних стандартів оцінки якості онлайн-курсів. 4. Обмежений доступ до технічного обладнання для соціально вразливих груп.	1. Кіберзагрози та порушення безпеки даних. 2. Енергетичні кризи та нестабільність інтернет-з'єднання через війну. 3. Конкуренція з міжнародними платформами, які пропонують навчання англійською мовою. 4. Втрата мотивації студентів через низьку якість контенту та відсутність практичних навичок.

Джерело: складено автором за матеріалами [32]

SWOT-аналіз є ефективним інструментом для стратегічного планування та розвитку онлайн-освіти в Україні. Він допомагає виявити сильні сторони, такі як доступ до міжнародних платформ та розвиток локальних EdTech-проєктів, що створює міцний фундамент для цифрової трансформації освіти. Однак аналіз також вказує на слабкі місця, зокрема нерівний доступ до інтернету та низький рівень цифрової грамотності серед педагогів.

Виявлення можливостей, таких як інтеграція з європейським освітнім простором та використання інноваційних технологій (AR/VR, штучний інтелект), дозволяє розробити стратегії для зростання та підвищення якості навчання. При цьому врахування загроз, як-от кібербезпека та енергетичні кризи, допомагає уникнути потенційних ризиків та забезпечити стабільність освітнього процесу.

Таким чином, SWOT-аналіз є важливим інструментом для ухвалення обґрунтованих рішень, оптимізації ресурсів та розробки комплексних стратегій для створення сучасної та ефективної системи онлайн-освіти в Україні.

2.2. Оцінка внутрішніх конкурентних переваг бізнес-курсів

Основними споживачами бізнес-курсів у сфері торгівлі є фізичні особи-підприємці, представники малого бізнесу, початківці, які прагнуть здобути практичні знання для ведення власної справи або підвищення кваліфікації у сфері комерційної діяльності. Сучасні освітні платформи, навчальні центри та бізнес-школи можуть надати цим споживачам якісні та прикладні знання, що сприяють підвищенню їхньої конкурентоспроможності на ринку.

Щоб успішно увійти в ринок та зайняти свою нішу, курсам необхідно глибоко вивчити конкурентне середовище: знати своїх основних конкурентів, їхні переваги, слабкі сторони, рівень цін, підходи до навчання та позиціонування. Такий аналіз допомагає сформувати ефективну стратегію просування, знайти точки диференціації та побудувати власну унікальну торговельну пропозицію (УТП).

Основними конкурентами новостворених бізнес-курсів «TradeUp» є такі гравці, як Prometheus, Projector Institute, Netpeak Education, Business Consulting Odesa, Diia.Osvita та освітні програми міжнародних організацій (USAID, GIZ, ЄБРР). Їхніми перевагами є вже сформована аудиторія, напрацьована методологія, репутація та часто – доступ до донорського фінансування або державної підтримки.

У таблиці 2.5 представлено аналіз сильних і слабких сторін основних конкурентів курсів «TradeUp»:

Таблиця 2.5

Порівняльний аналіз конкурентів освітнього проєкту «TradeUp»

Конкурент	Переваги	Недоліки
Prometheus	Безкоштовний доступ, державна підтримка, великий вибір тем	Обмежена індивідуальна підтримка, відсутність практичних проєктів
Projector Institute	Висока якість контенту, фокус на діджитал-напрямках, сучасна подача	Висока ціна, не всі курси адаптовані під торгівлю
Netpeak Education	Сильна маркетингова школа, актуальні програми в галузі онлайн-продажів	Орієнтація переважно на digital сферу
Business Consulting Odesa	Місцева присутність, живі тренінги, практичні спікери	Невеликий масштаб, обмежена кількість курсів
Diia.Osvita	Безкоштовно, доступно, державна легітимність	Обмежений рівень деталізації, базовий рівень
GIZ / ЄБРР / USAID	Доступ до міжнародного досвіду, часткова компенсація навчання	Проєктна обмеженість, складна участь у грантових програмах

Джерело: складено автором за матеріалами [25-31]

Аналіз показує, що ринок бізнес-курсів у сфері торгівлі вже має активних гравців, однак він залишається фрагментованим і відкритим до нових форматів навчання, особливо у напрямку торгівлі, ведення ФОП, продажів та практичної комерції. Проєкт «TradeUp» може зайняти свою нішу, зробивши ставку на:

- поєднання практики й теорії;
- доступну ціну;
- менторську підтримку;
- створення спільноти підприємців-початківців.

Таке позиціонування допоможе новим курсам конкурувати з великими гравцями, приваблюючи тих, хто шукає прикладну бізнес-освіту з миттєвим результатом.

Для того щоб оцінити позитивні та негативні сторони освітнього проєкту "TradeUp" та чітко визначити його ринкове становище, доцільно провести SWOT-

аналіз [32]. Такий аналіз дозволяє виявити внутрішні сильні та слабкі сторони організації, а також зовнішні можливості й загрози, що впливають на її розвиток.

У таблиці 2.6 представлено SWOT-аналіз новостворених бізнес-курсів у сфері торгівлі "TradeUp".

Таблиця 2.6

SWOT-аналіз освітнього проєкту «TradeUp»

Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
1. Вузька спеціалізація на торгівлі та підприємництві; 2. Гнучкість навчальних програм під потреби слухачів; 3.Формат онлайн + офлайн, доступність для всієї України; 4. Залучення практиків з бізнесу як викладачів; 5. Можливість отримати консультацію або менторство після проходження курсу; 6. Наявність партнерських домовленостей із платформами Prom.ua, Rozetka, UAPAY.	1. Відсутність сформованої репутації на початковому етапі; 2. Обмеженість фінансових ресурсів для масштабної реклами; 3. Відсутність акредитації або державного сертифікату на старті; 4. Необхідність конкурувати з великими платформами; 5. Обмежений бюджет на просування в соціальних мережах та платформах; 6. Недостатня кількість кейсів успішних випускників на момент запуску;
Можливості (Opportunities)	Загрози (Threats)
1. Зростаючий попит на прикладну бізнес-освіту серед ФОПів та малого бізнесу; 2. Підтримка з боку міжнародних програм (гранти, сертифікації); 3. Розширення на ринок B2B (корпоративні замовлення); 4. Побудова партнерств з бізнес-асоціаціями та торговими платформами; 5. Популяризація онлайн-навчання серед жінок, ветеранів, ВПО; 6. Включення бізнес-курсів у програми перекваліфікації через центри зайнятості; 7. Можливість інтеграції з маркетплейсами для практичного навчання;	1. Насиченість ринку загальноосвітніми онлайн-курсами; 2. Можливі законодавчі зміни щодо регулювання освітніх послуг; 3. Нестабільність економіки, зниження платоспроможності населення; 4. Активізація конкуренції з боку безкоштовних освітніх проєктів; 5. Психологічна втома людей від онлайн-форматів; 6. Репутаційні ризики через помилки чи недосвідчених викладачів; 7. Підвищення вартості цифрової реклами в умовах інфляції.

Джерело: розроблено автором

SWOT-аналіз демонструє, що освітній проєкт «TradeUp» має хороші стартові позиції завдяки своїй спеціалізації, адаптивності до потреб малого бізнесу та потенціалу до масштабування. Водночас, для утвердження на ринку необхідно активно працювати над побудовою репутації, залученням партнерств і участю в державних та донорських програмах підтримки. Розглянемо також PEST-аналіз (Political, Economic, Social, Technological) як інструмент стратегічного планування, який дозволяє підприємцю або організації глибше зрозуміти зовнішнє середовище, що впливає на бізнес [33]. У контексті запуску або розвитку бізнес-курсів у сфері торгівлі, його користь проявляється в кількох важливих напрямах. В таблиці 2.7 сформований PEST-аналіз для бізнес-курсів «TradeUp».

Таблиця 2.7

PEST-аналіз бізнес-курсів в сфері торгівлі «TradeUp»

Фактор	Зміст / Вплив на бізнес
Політичні	–Державна підтримка освіти та МСБ: діють грантові програми (єОсвіта, програми донорів), що покривають навчання, зокрема у сфері торгівлі.
Економічні	–Інфляція та девальвація гривні: зменшення купівельної спроможності населення може впливати на попит на платні курси. – Зростання самозайнятості: дедалі більше людей відкривають ФОПи або працюють як підприємці, тож потребують практичної освіти у сфері торгівлі. – Післявоєнне відновлення: стимулює відкриття нових бізнесів, відповідно – зростає попит на навчання з продажів, закупівель, обліку.
Соціальні	– Популярність підприємництва серед ветеранів, ВПО, жінок і молоді. – Попит на онлайн-освіту: активне використання Zoom, Google Meet, LMS-платформ. – Низький рівень бізнес-грамотності у багатьох початківців стимулює інтерес до практичних освітніх програм і менторства. |
Технологічні	–Поширення EdTech: простота запуску онлайн-курсів через GetCourse, Teachable, Kajabi тощо. – Конкуренція з масовими освітніми платформами (Prometheus, Coursera, Udemy) та індивідуальними експертами у соціальних мережах. – Широке використання digital-інструментів у торгівлі (маркетплейси, аналітика, CRM), що формує потребу в курсах з цих технологій

Джерело: сформовано автором

Бізнес-курси з торгівлі знаходяться в сприятливому середовищі, де поєднуються державна підтримка, соціальний запит на самозайнятість і цифрові можливості для розвитку. Однак для ефективного позиціонування необхідно враховувати цінову чутливість аудиторії та високий рівень конкуренції з боку EdTech-платформ і блогерів-експертів.

2.3 Формування витрат на відкриття та функціонування бізнес-курсів в торгівлі

Стартовий капітал – це загальна сума коштів, необхідна для відкриття та початкового функціонування навчального центру «TradeUp», який спеціалізуватиметься на бізнес-курсах у сфері торгівлі, до моменту отримання стабільного доходу від продажу курсів.

Цей капітал є ключовим елементом фінансового планування, оскільки дозволяє чітко розуміти, скільки коштів знадобиться до запуску першого потоку студентів. Він також важливий для залучення інвесторів, оформлення банківського кредиту або подачі на грантову підтримку, де необхідно обґрунтувати фінансову доцільність проєкту.

Наявність конкретних фінансових розрахунків дозволяє:

- ефективно обґрунтувати суму позики або інвестицій;
- виявити слабкі місця через аналіз фінансових ризиків;
- оцінити строк окупності навчального центру;
- спрогнозувати непередбачувані витрати, пов’язані, наприклад, з маркетингом або зміною попиту;
- контролювати витрати на всіх етапах запуску;
- уникнути перевитрат бюджету.

У таблиці 2.8 наведено структуру стартового капіталу, необхідного для відкриття освітнього проєкту «TradeUp» – курсів бізнес-освіти у сфері торгівлі.

Таблиця 2.8

Структура стартового капіталу для запуску онлайн-курсів у сфері торгівлі "TradeUp"

№	Статті витрат	Сума, грн	Питома вага, %
1	Реєстрація ФОП, відкриття рахунку	2 700	0.51
2	Створення сайту та навчальної платформи (LMS)	45 000	8.46
3	Розробка онлайн-курсів (відеоуроки, презентації, інтерактивні модулі)	80 000	15.04
4	Закупівля техніки (ноутбук, мікрофон, світло, вебкамера)	199 000	6.58
5	Підписка на ПЗ (Zoom Pro, Canva Pro, LMS, хмарне зберігання, ліцензії)	15 000	2.82
6	Зарплата команди (викладач, тех. підтримка, маркетолог) – 2 міс. авансом	201 300	24.45
7	Реклама (таргетована реклама, SEO, SMM, email-маркетинг)	90 000	16.92
8	Витрати на продакшн (монтаж відео, дизайн, озвучка)	50 000	9.40
9	Канцелярія, юридичні та бухгалтерські послуги	6 000	1.13
10	Додаткові витрати	30 000	5.64
	УСЬОГО	767 000	100
	ДЖЕРЕЛА ФІНАНСУВАННЯ		
1	Власні засоби	367 000	47,84
2	Кредити комерційних банків	400 000	52,15

Джерело: сформовано автором

В онлайн-форматі значно знижуються витрати на оренду, ремонт і меблі, але зростає частка витрат на контент, рекламу та технічну інфраструктуру.

Найбільша частка бюджету припадає на зарплати команди (24.45%) і рекламу (16.92%), що відповідає потребі залучення аудиторії в конкурентному онлайн-середовищі. Вартість техніки (6.58%) — одноразова інвестиція, що забезпечує якість контенту.

Реєстрація ФОП, відкриття рахунку (2 700 грн / 0.51%) – це базовий етап запуску бізнесу онлайн-курсів, який включає наступні витрати та дії:

- подання документів до ЦНАПу або онлайн через «Дію»;
- вибір 3-ї групи спрощеної системи оподаткування (5% від доходу без ПДВ);
- вибір відповідного КВЕДу (85.59, 85.60).

Оформлення платіжного рахунку в банку:

- відкриття рахунку для підприємницької діяльності;
- оформлення електронного підпису (КЕП), якщо потрібно;
- витрати на банківське обслуговування (одноразова плата або перший внесок).

Це легалізує діяльність та дозволяє укладати офіційні договори з клієнтами.

Доступ до онлайн-банкінгу полегшує прийом оплат за курси (через платіжні системи або напряму).

Наявність рахунку – обов'язкова умова для просування курсів через платформи, де потрібна офіційна звітність (Prometheus, WayForPay, Google Ads тощо).

Цей пункт має мінімальну питому вагу в бюджеті (0.51%), але є критично важливим з юридичного погляду.

Створення сайту та навчальної платформи (LMS) – це один із ключових етапів у запуску онлайн-курсів у сфері торгівлі. Загальна сума витрат становить 45 000 грн, що складає 8.46% від загального стартового бюджету. Цей пункт охоплює всі технічні й дизайнерські аспекти, необхідні для професійної презентації навчального продукту та зручного доступу для користувачів.

Розробка вебсайту (основного ресурсу):

- дизайн та верстка (адаптивна версія під мобільні пристрої);
- налаштування структури сторінок (головна, каталог курсів, про нас, контактна форма, блог);
- SEO-оптимізація для просування в Google.

Інтеграція або розробка LMS (Learning Management System):

- вибір платформи: власна розробка або інтеграція готового рішення (Moodle, Teachable, LearnDash, Thinkific тощо);

– функціонал: особистий кабінет студента, тести, домашні завдання, чат або форум, аналітика прогресу;
– підключення платіжних систем (LiqPay, Fondy, WayForPay тощо).

Базове наповнення:

– завантаження курсів (відео, тести, презентації);
– створення інформаційних сторінок (FAQ, політика конфіденційності, умови навчання) (таблиця 2.9).

Таблиця 2.9

Витрати на розробку сайта для «TradeUp»

№	Стаття витрат	Опис	Орієнтовна вартість, грн	Примітки
1	Дизайн сайту	Розробка UI/UX дизайну	10 000	Макети сторінок, адаптивний дизайн
2	Програмування сайту	Верстка та функціонал	15 000	Frontend і backend розробка
3	Впровадження LMS	Інтеграція або розробка навчальної платформи	12 000	Налаштування курсів, користувачів
4	Тестування та налагодження	Перевірка роботи платформи	5 000	Виправлення помилок, оптимізація
5	Хостинг і домен	Оплата за сервер та доменне ім’я	3 000	Річна оплата
	Всього		45 000	

Джерело: сформовано автором

Важливість вебсайту охарактеризована тим, що це – «вітрина» бізнесу, яка формує перше враження та залучає клієнтів.

LMS-платформа забезпечує комфортне навчання та контроль знань, що підвищує довіру до бренду.

Добре продуманий функціонал зменшує кількість запитів до служби підтримки та дозволяє масштабувати проект.

Ці інвестиції є стратегічними, адже якісна технічна база дозволяє будувати ефективні освітні продукти, знижує навантаження на команду та створює передумови для довгострокового зростання.

Розробка онлайн-курсів (відеоуроки, презентації, інтерактивні модулі) – це один із найважливіших і найбільш витратних етапів запуску онлайн-освітнього проєкту, зокрема у сфері торгівлі. Загальна сума витрат на цей пункт становить 80 000 грн, що дорівнює 15.04% від загального стартового капіталу.

Створення відеоуроків містить в собі:

- гонорари викладачів або експертів з торгівлі;
- оренда або обладнання для відеозйомки (камера, мікрофон, світло);
- монтаж, графіка, субтитри та озвучення.

Розробка презентацій та навчальних матеріалів включає:

- професійно оформлені слайди для супроводу лекцій;
- роздаткові матеріали, шаблони, чек-листи для учасників;
- методичні рекомендації.

Інтерактивні модулі будуть включати:

- інтерактивні тести, завдання з автоматичною перевіркою;
- кейси, ситуаційні задачі, тренажери прийняття рішень;
- формати самоперевірки та зворотного зв’язку.

Це потрібно для якості контенту, яка напряму впливає на цінність курсу для клієнта, його готовність платити і залишати позитивні відгуки.

Інтерактивність підвищує залученість і ефективність навчання, що позитивно впливає на результати студентів та їхнє бажання рекомендувати курси іншим.

Таким чином, ці інвестиції не лише забезпечують старт, а й формують основу довготривалої репутації та прибутковості освітнього проєкту.

Професійний контент забезпечує конкурентну перевагу на ринку, де багато продуктів виглядають аматорськи. Витрати на створення контенту для сайту наведемо в таблиці 2.10:

Таблиця 2.10

Витрати на створення контенту для сайта «TradeUp»

№	Стаття витрат	Опис	Орієнтовна вартість, грн	Примітки
1	Відеозйомка та монтаж	Запис відеоуроків, професійний монтаж	35 000	Вартість роботи оператора і монтажера
2	Розробка презентацій	Створення слайдів, інфографіки	15 000	Дизайн і верстка матеріалів
3	Інтерактивні модулі	Програмування та інтеграція завдань	20 000	Розробка тестів, квізів, інтерактивних вправ
4	Авторський гонорар	Оплата викладачам, експертам	10 000	Консультації, написання сценаріїв
Всього			80 000	

Джерело: сформовано автором

Для якісного створення та проведення онлайн-курсів необхідне сучасне технічне оснащення. У цю статтю витрат включено придбання ноутбука з достатньою продуктивністю для запису і монтажу відео, професійного мікрофона для чистого звуку, спеціального світлового обладнання, що забезпечує рівномірне освітлення під час зйомок, а також вебкамери високої роздільної здатності для чіткої відеозйомки. Це технічне оснащення є базовим для забезпечення професійної якості контенту та комфортної роботи команди (табл. 2.11).

Таблиця 2.11

Технічне забезпечення проєкту «TradeUp»

№	Назва обладнання	Кількість	Орієнтовна вартість, грн	Примітки
1	Ноутбук ASUS VivoBook 15 X1502ZA	6	120 000	Оптимальний баланс продуктивності і ціни
2	Мікрофон Rode NT-USB Mini	5	35 000	Конденсаторний або USB-мікрофон
3	Світло Godox Ring Light LR150	4	20 000	LED-кільце або софтбокси
4	Вебкамера Logitech C920 HD Pro	6	24 000	Full HD або 4K для чіткого відео
Всього			199 000	

Джерело: сформовано автором за допомогою [34]

Для організації та проведення онлайн-курсів необхідне використання спеціалізованого програмного забезпечення. У цю статтю витрат входять підписки на Zoom Pro для проведення вебінарів та онлайн-зустрічей, Canva Pro для створення якісних візуальних матеріалів і презентацій, LMS (Learning Management System) для управління навчальним контентом і учасниками курсів, а також хмарне зберігання для безпечного збереження та швидкого доступу до файлів. Крім того, сюди включено ліцензії на необхідні програми, що гарантують легальність і стабільність роботи. Це забезпечує безперебійну роботу платформи і якісний навчальний процес (табл. 2.12):

Таблиця 2.12

Витрати на програмне забепечення для ФОП «TradeUp»

№	Назва програмного забезпечення	Призначення	Орієнтовна вартість, грн	Опис
1	Zoom Pro	Проведення вебінарів, онлайн-зустрічей	5 000	Місячна або річна підписка
2	Canva Pro	Створення дизайнів, презентацій	3 000	Підписка для команди
3	LMS (Learning Management System)	Управління курсами та учасниками	4 000	Платформа для навчання
4	Хмарне зберігання (Google Drive, Dropbox тощо)	Зберігання та обмін файлами	2 000	Обсяг та швидкість доступу
5	Ліцензії на ПЗ	Оновлення та підтримка програмного забезпечення	1 000	Забезпечення легальності
Всього			15 000	

Джерело: сформовано автором [34]

У таблиці 2.13 подано деталізований розрахунок витрат на оплату праці основної команди освітнього проєкту на щомісячній та річній основі. Враховано як основну заробітну плату, так і єдиний соціальний внесок (ЄСВ) у розмірі 22% від нарахованої суми.

До складу команди входять:

- Директор – виконує управлінські функції, відповідає за стратегічний розвиток, партнерства та контроль якості;

- 3 викладачі – створюють і проводять навчальні заняття, готують методичні матеріали, ведуть супровід учасників;
- 2 фахівці технічної підтримки – забезпечують стабільну роботу навчальної платформи (LMS), вирішують технічні проблеми користувачів, відповідають за хостинг, оновлення, підтримку онлайн-середовища;
- Маркетолог – розробляє та впроваджує рекламні кампанії, стратегії просування, працює з аналітикою трафіку і конверсією.

Основні фінансові показники:

- Заробітна плата на місяць: 165 000 грн
- ЄСВ (22%) на місяць: 36 300 грн
- Загальні витрати на місяць (зарплата + ЄСВ): 201 300 грн
- Заробітна плата на рік: 1 980 000 грн
- ЄСВ (22%) на рік: 435 600 грн
- Загальні витрати на рік (зарплата + ЄСВ): 2 415 600 грн. Витрати на заробітну плату відображено в таблиці 2.14

Таблиця 2.13

Витрати на заробітну плату персоналу ФОП «TradeUp»

№	Посада	Кількість	Зарплата за 1 міс., грн	ЄСВ за 1 міс. (22%), грн	Всього за 1 міс., грн	Зарплата за рік., грн	ЄСВ за рік., грн	Всього за рік., грн
1	Директор (бухгалтер)	1	30 000	6 600	36 600	360 000	79 200	439 200
2	Викладач	3	75 000	16 500	91 500	900 000	198 000	1 098 000
3	Технічна підтримка	2	40 000	8 800	48 800	480 000	105 600	585 600
4	Маркетолог	1	20 000	4 400	24 400	240 000	52 800	292 800
Всього			165 000	36 300	201300	1980 000	435 600	2 415 600

Джерело: сформовано автором

Ці витрати є критично важливими для стабільного функціонування освітнього проєкту, оскільки саме команда формує якість навчального продукту, забезпечує підтримку користувачів та просуває курс на ринку.

Зазначивши всі необхідні витрати на технічне обладнання, необхідним для нашого проекту буду визначення амортизаційних витрат.

Таблиця 2.14 відображає розрахунок амортизаційних витрат для обладнання ФОП «TradeUp». Зазначимо, що строк корисного використання становить 36 місяців, а метод амортизації – прямолінійний (рівномірний розподіл вартості).

Таблиця 2.14

Розрахунок амортизаційних витрат для проєкту «TradeUp»

№	Назва обладнання	Кіль кість	Загальна вартість, грн	Строк служби, міс	Щомісячна амортизація, грн	Річна амортизація, грн
1	Ноутбук ASUS VivoBook 15 X1502ZA	6	120 000	36	3 333	40 000
2	Мікрофон Rode NT-USB Mini	5	35 000	36	972	11 667
3	Світло Godox Ring Light LR150	4	20 000	36	556	6 667
4	Вебкамера Logitech C920 HD Pro	6	24 000	36	667	8 000
Усього		-	199 000	-	5 528	66 334

Джерело: сформовано автором

Для ФОП на спрощеній системі розрахунок амортизаційних витрат дуже важливий для внутрішнього фінансового планування.

Залучення кредитних коштів для старту проєкту є доцільним кроком у тих випадках, коли необхідно швидко забезпечити запуск і розвиток бізнесу при обмеженій кількості власного капіталу.

У випадку освітнього проєкту, такого як "TradeUp", кредит дозволяє профінансувати критично важливі етапи: створення навчальної платформи, виробництво якісного відеоконтенту, закупівлю обладнання та оплату праці команди ще до отримання перших прибутків.

Кредит виконує функцію фінансового важеля, що дозволяє не тільки прискорити запуск, а й відразу охопити більшу аудиторію завдяки активній маркетинговій кампанії. Водночас він дозволяє зберегти частину власних коштів у резерві для непередбачених витрат чи подальшого масштабування.

За умови чіткого фінансового планування та прогнозованого прибутку кредитна модель стає не фінансовим тягарем, а інструментом зростання, що дозволяє створити якісний продукт, зайняти ринкову нішу й швидше вийти на стабільний дохід.

Для реалізації нашого проєкту ми плануємо взяти кредит у Приватбанку під 18% річних. Розрахунок виплат кредитних коштів згідно графіку погашення кредиту на 400 000 грн під 18% річних (1.5% на місяць) строком на 2 роки з фіксованим щомісячним платежем 19 969,64 грн наведемо в таблиці 2.15:

Таблиця 2.15

Графік виплат по кредиту у Приватбанку

№	Сума платежу (грн)	Основна заборгованість (грн)	Відсотки (грн)	Залишок (грн)
1	19 969,64	13 969,64	6 000,00	386 030,36
2	19 969,64	14 179,19	5 790,46	371 851,17
3	19 969,64	14 391,87	5 577,77	357 459,30
4	19 969,64	14 607,75	5 361,89	342 851,55
5	19 969,64	14 826,87	5 142,77	328 024,68
6	19 969,64	15 049,27	4 920,37	312 975,41
7	19 969,64	15 275,01	4 694,63	297 700,40
8	19 969,64	15 504,13	4 465,51	282 196,27
9	19 969,64	15 736,70	4 232,94	266 459,57
10	19 969,64	15 972,75	3 996,89	250 486,82
11	19 969,64	16 212,34	3 757,30	234 274,48
12	19 969,64	16 455,52	3 514,12	217 818,96
13	19 969,64	16 702,36	3 267,28	201 116,60
14	19 969,64	16 952,89	3 016,75	184 163,71
15	19 969,64	17 207,19	2 762,46	166 956,53
16	19 969,64	17 465,29	2 504,35	149 491,23
17	19 969,64	17 727,27	2 242,37	131 763,96
18	19 969,64	17 993,18	1 976,46	113 770,78
19	19 969,64	18 263,08	1 706,56	95 507,70
20	19 969,64	18 537,03	1 432,62	76 970,68
21	19 969,64	18 815,08	1 154,56	58 155,60
22	19 969,64	19 097,31	872,33	39 058,29
23	19 969,64	19 383,77	585,87	19 674,52
24	19 969,64	19 674,52	295,12	0,00

Джерело: розраховано автором за допомогою [35, 36]

Змінні витрати – це витрати, що прямо залежать від обсягу діяльності, тобто кількості учасників курсів або кількості проданих онлайн-продуктів. Чим більше

клієнтів обслуговується, тим вищими будуть ці витрати. Для онлайн-освітнього проєкту "TradeUp" змінні витрати формуються з урахуванням специфіки цифрового контенту й сервісного обслуговування.

До основних складових витрат можемо віднести:

1. Комісії платіжних систем. Кожна транзакція проходить через сервіс онлайн-оплати (наприклад, LiqPay, WayForPay або Stripe). Зазвичай комісія становить 2–3% від вартості курсу.
2. Витрати на підтримку користувачів (сервісне навантаження). При зростанні кількості студентів зростає навантаження на службу технічної підтримки: більше звернень, більше витраченого часу персоналу. Це може включати оплату погодинної праці або залучення додаткових фахівців на фріланс.
3. Ліцензії за використання програмного забезпечення "за користувача" Деякі платформи LMS або хмарні сервіси тарифікуються не фіксовано, а за кількістю активних користувачів (наприклад, MoodleCloud, TalentLMS, або Google Workspace Business).
4. Рекламні витрати за моделью CPA (вартість за конверсію). Якщо використовуються рекламні кампанії, де оплата йде за кожного клієнта, що придбав курс, це також змінна витрата, що прямо залежить від кількості продажів.
5. Витрати на сертифікати (PDF або друковані). Якщо видаються сертифікати після проходження курсу потрібно враховувати вартість їх виготовлення (особливо якщо вони друкуються або створюються в дизайнерських програмах з оплатою доступу).
6. Винагорода викладачам за кожного студента (опціонально). Якщо передбачена бонусна система або оплата від обсягу залучених/навчених студентів – це також змінна частина витрат.

Структура витрат допомагає визначити пріоритетні напрями фінансування, а також оцінити ефективність використання ресурсів у бізнес-моделі. Тому підсумувавши усі змінні витрати для бізнес-проєкту «TradeUp», отримаємо дані в таблиці 2.16. Ця таблиця відображає структуру змінних витрат проєкту "TradeUp" у розрізі річного бюджету. В ній подано абсолютне значення витрат у гривнях на рік та

питому вагу кожної статті витрат у загальному обсязі витрат (2 920 571,28 грн), що дає змогу оцінити, які напрями є найбільш витратними.

Таблиця 2.16

Загальні поточні витрати на функціонування проєкту "TradeUp"

Стаття витрат	Витрати на місяць, грн.	Витрати на рік, грн.	Питома вага, %
1. Комісія платіжної системи	333,3	4 000	0,14
2. Програмне забезпечення (ліцензії, оновлення Zoom Pro, Canva Pro, LMS, Google Drive, Dropbox	1250	15 000	0, 51
3. Реклама (контент, дизайн)	7500	90 000	3,08
4. Канцелярія, дрібне оснащення, картриджі, витратні матеріали	2700	32 400	1,11
5. Заробітна плата	201 300	2 415 600	82,72
6. Виплати за кредитом	19 969,64	239 635,68	8,20
7. Послуги інтернету	1 800	21 600	0,74
8. Амортизаційні відрахування	5 528	66 334	2,27
9. Інші витрати	3 000	36 000	1,23
Всього змінних витрат	243 380,94	2 920 571,28	100

Джерело: розроблено автором

Найбільшу питому вагу в структурі змінних витрат займає заробітна плата – понад 82%, що свідчить про те, що проєкт є трудоінтенсивним і потребує залучення кваліфікованих спеціалістів (викладачі, технічна підтримка, директор, маркетолог тощо). Виплати за кредитом становлять 8,2%, що вказує на помітну фінансову залежність від залученого капіталу. Реклама та амортизація обладнання є наступними за важливістю статтями (разом – близько 5,35%), адже якісний маркетинг і технічне оснащення є критичними для онлайн-проєкту. Інші витрати, зокрема комісія платіжних систем, канцелярія, інтернет і так далі, мають низьку питому вагу (менше 3%), проте є необхідними для забезпечення щоденної роботи платформи.

Висновки до розділу 2

1. Проведена комплексна аналітична оцінка можливості запуску онлайн-платформи бізнес-курсів у сфері торгівлі "TradeUp" засвідчила наявність сприятливих умов для входу на український ринок освітніх онлайн-послуг. Незважаючи на загальноекономічні виклики та високу конкуренцію, попит на якісне онлайн-навчання в галузі торгівлі зростає, особливо з боку малих і середніх підприємців, самозайнятих осіб, а також початківців у бізнесі. Аналіз ринку показав, що сегмент короткострокових прикладних курсів із фокусом на практичні навички у сфері продажів, e-commerce, категорійного менеджменту, переговорів та цифрових інструментів активно розвивається. Основними споживачами таких курсів є підприємці-початківці, менеджери з продажу, маркетологи та фахівці малого бізнесу, які шукають швидкі та ефективні способи підвищення кваліфікації.
2. SWOT- та PEST-аналіз дозволили оцінити потенціал проєкту "TradeUp" та визначити його конкурентні переваги. До сильних сторін можна віднести: практичну спрямованість контенту, досвідчену команду викладачів, інтеграцію сучасних EdTech-рішень та доступну вартість курсів. Слабкими сторонами є обмежена впізнаваність бренду на старті, відсутність сформованої клієнтської бази та необхідність масштабної рекламної кампанії. Водночас зовнішні можливості, такі як цифровізація бізнесу, тренд на онлайн-освіту, зростання самозайнятості та державна підтримка МСП, значною мірою компенсують загрози з боку конкуренції, низької платоспроможності населення та можливих регуляторних змін. Дослідження конкурентного середовища виявило наявність як великих EdTech-платформ (Prometheus, Laba, SkillUp), так і нішевих освітніх проєктів, орієнтованих на окремі аспекти бізнесу. Проте "TradeUp" вирізняється чіткою спеціалізацією – навчання саме в сфері торгівлі, а також пропозицією комплексної підтримки учнів: від навчального контенту до кар’єрного консультування та нетворкінгу.
3. Розрахунок стартових витрат показав, що для запуску онлайн-платформи необхідно 767 000 грн, з яких 400 000 грн планується залучити у вигляді

банківського кредиту під 18% річних. Витрати включають розробку курсів, створення LMS-системи та сайту, закупівлю техніки, авансові зарплати команди, маркетингову кампанію, підписки на ПЗ та витрати на продакшн. Фінансова модель базується на поміркованому зростанні кількості студентів та враховує змінні витрати, виплати за кредитом, амортизацію обладнання, а також постійні витрати на утримання проєкту. Таким чином, аналіз показав, що проєкт "TradeUp" має достатній потенціал для виходу на ринок онлайн-освіти, з можливістю поступового масштабування за рахунок якісного контенту, сучасних інструментів навчання та ефективної бізнес-моделі.

РОЗДІЛ 3. ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ ДОЦІЛЬНОСТІ ВІДКРИТТЯ БІЗНЕС-КУРСІВ В ТОРГІВЛІ

3.1. Визначення життєвого циклу проєкту

Життєвий цикл проєкту – це послідовність етапів, через які проходить проєкт від моменту його задуму до завершення або припинення. Це своєрідна "дорожня карта", яка охоплює всі ключові фази реалізації проєкту та дає змогу ефективно ним управляти. Основна суть життєвого циклу полягає в тому, що життєвий цикл дозволяє: структурувати роботу над проєктом; чітко планувати ресурси та час; оцінювати ефективність на кожному етапі; вчасно виявляти і виправляти помилки; забезпечити логічну послідовність дій.

Визначення життєвого циклу проєкту необхідно для ефективного управління командою, термінами, грошима, для зменшення ризиків і втрат, для досягнення поставлених бізнес-результатів у передбачений час і з заданою якістю.

Життєвий цикл – це не просто формальність, а практичний інструмент, який допомагає перетворити ідею в успішний, реальний результат. У таблиці 3.1. зазначимо основні етапи життєвого циклу проєкту «TradeUp»:

Таблиця 3.1

Етапи реалізації проєкту «TradeUp»

№	Назва етапу / задачі	Початок	Тривалість (днів)	Кінець
1	2	3	4	5
1	Задача #1 Реєстрація ФОП, відкриття рахунку	1.07.2025	14	15.07.2025
2	Задача #2 Розробка концепції онлайн-курсів	1.07.2025	31	01.08.2025
3	Задача #3 Підбір та закупівля техніки	1.082025	31	01.09.2025
4	Задача #4 Розробка навчальної платформи (LMS)	15.08.2025	7	22.08.2025
5	Задача #5 Розробка програм курсів і модулів	22.08.2025	20	11.09.2025

Продовження таблиці 3.1

1	2	3	4	5
6	Задача #6 Запис та монтаж відеоуроків	22.08.2025	60	21.10.2025
7	Задача #7 Найм та підготовка команди	22.09.2025	12	04.10.2025
8	Задача #8 Запуск вебсайту	5.07.2025	82	25.09.2025
9	Задача #9 Запуск рекламної кампанії	5.08.2025	36	10.09.2025
10	Задача #10 Пілотне тестування курсу	5.09.2025	29	04.10.2025
11	Задача #11 Офіційний запуск онлайн-курсів	4.10.2025	2	04.10.2025

Джерело: складено автором

На основі аналізу етапів і тривалості, зазначених у таблиці 3.1, було побудовано діаграму (рис. 3.1), що наочно демонструє хронологічну послідовність реалізації завдань, необхідних для запуску проєкту.

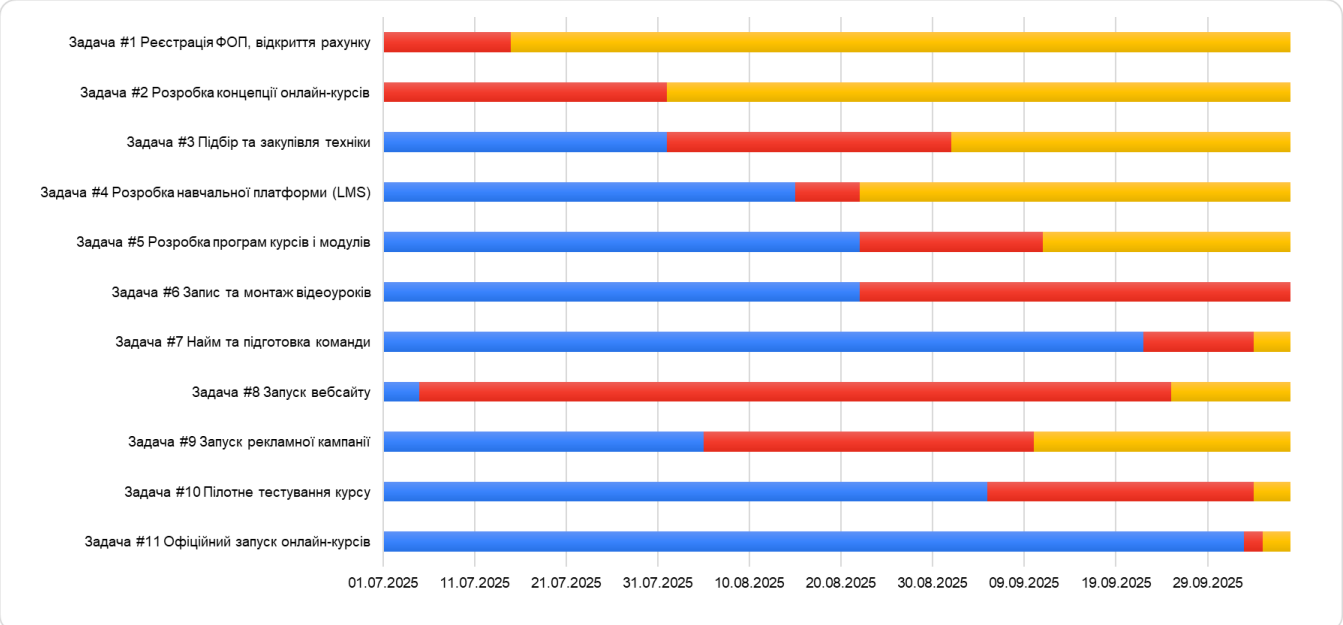

Рис. 3.1. Діаграма Ганта для проєкту «TradeUp»

Джерело: складено автором

Аналізуючи дані, використані для побудови діаграми Ганта, яка відображає основні етапи реалізації проєкту запуску бізнес-курсів у сфері торгівлі, можна зробити низку важливих висновків.

Насамперед, організація бізнес-курсів потребує чіткого стратегічного планування та логічної послідовності дій – від вивчення ринку та розробки навчальної програми до запуску рекламної кампанії та старту набору учасників. Кожен етап має бути реалізований у визначені терміни, щоб уникнути затримок, зайвих витрат та порушення координації всього проєкту.

Проєкт включає реалізацію комплексу завдань: підбір експертів та тренерів, розробку навчальних матеріалів, технічне забезпечення (платформи, приміщення, обладнання), оформлення юридичних та фінансових аспектів, створення бренду та просування курсу серед цільової аудиторії. Кожен із цих компонентів має свої особливості та виклики, які необхідно враховувати на кожному етапі реалізації.

Успішне впровадження бізнес-курсів залежить від ефективного розподілу ресурсів, здатності оперативно реагувати на ризики та змінювані ринкові умови, а також від впровадження сучасних методів просування освітніх послуг. Дотримання графіка реалізації є критичним чинником досягнення запланованих результатів.

Таким чином, життєвий цикл запуску бізнес-курсів у торгівлі – це динамічний процес, що потребує постійного моніторингу, адаптивного управління, оновлення підходів та стратегічного мислення на всіх етапах. Для успішної реалізації проєкту важливо чітко визначити основних зацікавлених сторін – як тих, хто безпосередньо бере участь у реалізації (тренери, партнери, організатори), так і тих, хто має інтерес до результатів проєкту (слухачі, роботодавці, бізнес-спільнота).

Важливим при розвитку і функціонуванні бізнесу є вплив стейкхолдерів проєкту. В таблиці 3.2 зробимо аналіз можливих стейкхолдерів нашого бізнес-проєкту. Аналіз буде проводитися за типом стейкхолдерів: внутрішній – залучений безпосередньо у виконання; зовнішній – впливає ззовні або зацікавлений у результатах; за рівнем залучення: лідируючий (керує / формує бачення), підтримуючий (виконує / сприяє), контролюючий (регулює / перевіряє), нейтральний (не має прямої участі). Загальний бал = Вплив + Вплив на ресурси → використовується для пріоритезації стейкхолдерів. Отже, у таблиці 3.2 представлено основних стейкхолдерів проєкту запуску бізнес-курсів у сфері торгівлі, згрупованих

за рівнем їхньої залученості, впливу на реалізацію навчальної програми та специфікою освітніх або організаційних потреб.

Таблиця 3.2

Список стейкхолдерів проєкту бізнес курсів «TradeUp»

Стейкхолдер	Тип	Рівень залучення	Вплив (1–5)	Вплив на ресурси (1–5)	Загальний бал
1. Керівник проєкту (організатор курсів)	внутрішній	лідируючий	5	5	10
2. Тренери / викладачі	внутрішній	підтримуючий	4	4	8
3. Методист / освітній координатор	внутрішній	підтримуючий	4	3	7
4. Технічна команда (IT/платформа)	внутрішній	підтримуючий	3	3	6
5. Слухачі курсів (учасники)	зовнішній	лідируючий	5	5	10
6. Партнери / бізнес-асоціації	зовнішній	лідируючий	4	5	9
7. Освітні органи / акредитаційні структури	зовнішній	контролюючий	5	4	9
8. Юридичні консультанти	зовнішній	підтримуючий	3	3	6
9. Донори / інвестори / грантодавці	зовнішній	підтримуючий	3	5	8
10. Конкурентні освітні проєкти	зовнішній	нейтральний	2	2	4

Джерело: складено автором

Аналіз наведеної таблиці дає підстави стверджувати, що для ефективної реалізації проєкту бізнес-курсів у сфері торгівлі необхідно враховувати інтереси ключових стейкхолдерів. Це дозволяє своєчасно виявляти потенційні ризики, які можуть виникнути внаслідок недостатнього залучення або інформування учасників проєкту. У таблиці також подано розгорнуту характеристику кожної групи стейкхолдерів: їхній рівень впливу, ступінь участі в проєкті, основні потреби, очікування та можливі наслідки у разі відсутності ефективної взаємодії з ними.

Оцінка прибутковості є важливим етапом економічного обґрунтування запуску бізнес-курсів, адже саме вона дозволяє визначити фінансову доцільність реалізації освітньої ініціативи. Для цього було проведено розрахунок запланованої кількості слухачів, вартості участі та операційних витрат, що стало основою для подальшого фінансового прогнозування. Узагальнені результати фінансово-економічного плану подано в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3

План реалізації послуг бізнес курсів в торгівлі «TradeUp»

№	Освітній продукт	Ціна за одиницю, грн	Обсяг на місяць	Сума на місяць, грн	Обсяг на рік	Сума на рік, грн
1	Бізнес-курси (базовий рівень)	3 000,00	50	150 000,00	600	1 800 000,00
2	Бізнес-курси (просунутий рівень)	6 000,00	20	120 000,00	240	1 440 000,00
3	Індивідуальні консультації	1 500,00	30	45 000,00	360	540 000,00
4	Корпоративне навчання (тренінги для компаній)	10 000,00	2	20 000,00	24	240 000,00
5	Онлайн-програми з сертифікацією	2 500,00	40	100 000,00	480	1 200 000,00
	Усього	–	142	435 000,00	1 704	5 220 000,00

Джерело: складено автором

З таблиці 3.3 можна зробити висновок, що в середньому проєкт бізнес-курсів у сфері торгівлі зможе генерувати дохід на рівні 435 000,00 грн на місяць та 5 220 000,00 грн на рік.

Бізнес-курси (базовий рівень) – це короткострокові курси, розраховані на початківців у сфері торгівлі. Програма охоплює основи підприємництва, організацію роздрібної/онлайн-торгівлі, ведення обліку, комунікації з клієнтами та юридичні аспекти. Основна цільова аудиторія – новачки, студенти, самозайняті особи.

Бізнес-курси (просунутий рівень) – це програма для підприємців із досвідом, які хочуть масштабувати бізнес або оптимізувати процеси. Включає глибше вивчення

фінансового планування, маркетингу, систем управління продажами, автоматизації та роботи з персоналом.

Індивідуальні консультації містять с собі персоналізовану підтримку для підприємців або слухачів курсів, які потребують рішення конкретних бізнес-запитів: аналіз фінансової моделі, запуск нових каналів збуту тощо. Тривалість – 1–1,5 години, формат – онлайн або офлайн.

Корпоративне навчання (тренінги для компаній) означають навчальні програми, адаптовані для працівників магазинів, торгових мереж або бізнес-команд. Включають теми з продажів, роботи з клієнтами, управління персоналом, підвищення ефективності. Формат – виїзний або онлайн.

Онлайн-програми з сертифікацією це повноцінні навчальні курси, які проходять дистанційно, включають відеолекції, завдання, тести та підсумкову атестацію. Після завершення учасник отримує сертифікат, що підтверджує проходження програми. Це зручно для працюючих осіб або тих, хто живе в регіонах.

3.2. Розрахунок та аналіз показників економічної ефективності проєкту

Розрахунок та оцінка ефективності підприємницького проєкту є надзвичайно важливим етапом для забезпечення його прибутковості та фінансової стійкості. Визначення ключових економічних показників, що відображають результативність реалізації бізнес-ідеї, дозволяє об’єктивно оцінити досяжність поставлених цілей, визначити окупність проєкту та його потенціал на ринку освітніх послуг [37, с.112].

Аналіз розпочинається з розрахунку річного доходу, який передбачається отримати від реалізації навчальних програм, тренінгів, консультацій і супутніх послуг.

Саме цей показник є базовим для подальших розрахунків ефективності проєкту, включаючи операційний прибуток, точку беззбитковості та рентабельність. Деталізовані розрахунки подано в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4

Розрахунок прибутку та грошового потоку за роками функціонування бізнес курсів в торгівлі «TradeUp»

Показники	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік
Виручка від реалізації продукції, грн	5 220 000,00	5 742 000,00	6 316 200,00	6 947 820,00	7 642 602,00
Єдиний податок (5%), грн	261 000,00	287 100,00	315 810,00	347 391,00	382 130,10
Військовий збір (1%), грн	52 200,00	57 420,00	63 162,00	69 478,20	76 426,02
Чистий дохід, грн	4 906 800,00	5 397 480,00	5 937 228,00	6 531 950,80	7 184 045,88
Поточні витрати, грн	2 920 571,28	3 212 628,41	3 533 891,25	3 887 280,38	4 276 008,42
Фінансовий результат (прибуток), грн	1 986 228,00	2 184 851,00	2 403 536,00	2 644 670,42	2 908 037,46
Грошовий потік, грн	2 052 562,72	2 257 819,00	2 483 600,90	2 731 961,00	3 005 157,10

З таблиці 3.4 видно, що обсяг виручки від реалізації освітніх послуг у 2025 році становить 4 529 400,00 грн. Починаючи з 2026 року, діяльність бізнес-курсів у сфері торгівлі перейде у фазу повноцінного функціонування, що збігається з досягненням точки беззбитковості та завершенням виплат за кредитними зобов’язаннями.

До 2029 року виручка очікується на рівні 6 631 494,54 грн, що на 602 863,00 грн більше порівняно з показником 2028 року. Заплановане щорічне зростання виручки на 10% зумовлене впливом інфляційних чинників та розширенням аудиторії курсів.

Для розрахунку чистого доходу від загальної виручки необхідно відняти суму податку на додану вартість (ПДВ). Розрахунок здійснюється за формулою:

$$ЧД=В-ПДВ \qquad (3.1)$$

де

ЧД – чистий дохід;

В – виручка від реалізації послуг;

ПДВ – податок на додану вартість.

У перші два роки діяльності бізнес-курсів очікуються такі показники чистого доходу:

у 2025 році – 1 785 726,00 грн;

у 2026 році – 1 964 298,60 грн, що на 178 572,60 грн більше ніж у попередньому році.

У 2029 році прогнозується збільшення чистого доходу до 2 614 481,44 грн із подальшим щорічним зростанням на 10%, що свідчить про стабільну позитивну динаміку розвитку бізнесу.

Фінансовий результат від діяльності розраховується за формулою:

$$ФР = ЧД - ОВ \qquad (3.3)$$

де

ФР – фінансовий результат (прибуток);

ЧД – чистий дохід;

ОВ – операційні витрати.

У період 2025–2027 років очікується наступний рівень прибутку:

2025 рік – 1 513 962,00 грн;

2026 рік – 1 665 358,20 грн;

2027 рік – 1 831 894,02 грн.

Спостерігається впевнена тенденція до зростання прибутковості, що пов’язано з поступовим збільшенням обсягів продажу курсів та підвищенням чистого доходу. Ця позитивна динаміка прогнозується і на довгостроковий період, що підтверджує стабільне зростання бізнесу.

Грошовий потік є важливим показником фінансового стану проєкту, оскільки відображає реальні грошові надходження та витрати протягом певного періоду. Він використовується для оцінки платоспроможності, рентабельності та загальної фінансової стабільності підприємства. Розрахунок грошового потоку виконується за формулою:

$$ГП = ЧП + А \qquad (3.2)$$

де

ГП – грошовий потік;

ЧП – чистий прибуток;

А – амортизаційні відрахування [37, с. 115].

Для оцінки економічної ефективності проєкту бізнес-курсів доцільно провести розрахунок фінансових показників із урахуванням дисконтування грошових потоків, що дасть змогу врахувати часову вартість грошей і рівень інвестиційного ризику.

У цьому дослідженні передбачено використання дисконтної ставки 24%, що відповідає середньому рівню інвестиційного ризику у сфері освітніх послуг в Україні.

Зведені результати розрахунків наведено в таблиці 3.5.

Таблиця 3.5

Розрахунок дисконтованого грошового потоку від реалізації проєкту «TradeUp»

Показники	Роки реалізації проєкту					
	Підг.	1-й рік	2-й рік	3-й рік	4-й рік	5-й рік
1. Ставка дисконтування	24%					
2. Стартовий капітал	767 000,0					
3. Виторг від реалізації	-	5 220000,00	5 742000	6 316200,00	6 947820,00	7 642602,00
4. Поточні витрати	-	2 920571,28	3 212628,41	3 533891,25	3 887280,38	4 276008,42
5. Грошовий потік від реалізації проєкту	-	2052562,72	2 052562,72	2 257819,00	2483600,90	2 731961,00
6. Дисконтований грошовий потік від реалізації проєкту	-	1655292,52	1 645942,90	1 470986,38	1 324301,70	1 201474,00

Джерело: розраховано автором

Як показано в таблиці 3.5, протягом першого року роботи бізнесу грошовий потік залишається позитивним, що свідчить про фінансову стійкість і ефективність обраної бізнес-моделі. За прогнозами, бізнес курси в торгівлі «TradeUp» вийдуть на

точку беззбитковості вже в перший рік – окупність проєкту очікується на 8-му місяці роботи.

Наступним важливим кроком є оцінка загальної ефективності бізнесу, що представлена у таблиці 3.6. Тут розглядаються ключові фінансові показники: індекс прибутковості (PI), період окупності (у місяцях), внутрішня норма прибутковості (IRR, %).

Для аналізу ефективності використовується ставка дисконтування 24%, яка враховує ринкові умови та специфіку роботи бізнес курсів. Розраховані показники дозволяють оцінити інвестиційну привабливість і перспективність проєкту.

Таблиця 3.6

Показники економічної ефективності проєкту бізнес курсів в торгівлі «TradeUp»

	Показники	За перший рік
1.	Ставка дисконтування	24%
2.	Стартовий капітал, грн.	767 000,0
3.	Грошовий потік, грн.	2 052562,72
4.	Сьогоднішня вартість грошового потоку (PV), грн.	1 654 629,45
5.	Чиста сьогоднішня вартість (NPV), грн	887 629,45
6.	Індекс прибутковості (PI), коефіцієнт	2,16
7.	Період окупності, міс.	6
8.	Внутрішня норма прибутковості (IRR),%	98

Джерело: розраховано автором

Для аналізу фінансової ефективності проєкту були використані такі ключові показники:

- Ставка дисконтування – 24% (визначена на основі середнього рівня інвестиційного ризику в Україні).
- Стартовий капітал – 767 000 грн (початкові інвестиції на запуск бізнесу).

- Грошовий потік (Cash Flow) за перший рік – 2 052 562,72 грн (різниця між виручкою та поточними витратами, включаючи податки).

Чиста приведена вартість (NPV) розраховується за формулою:

NPV = ∑ (CF/ (1+i)t), де CF – грошовий потік, і –це ставка дисконтування, t – означає кількість періоду часу, С – початковимі інвестиції.

CF – грошовий потік (2 052 562,72 грн),

r – ставка дисконтування (0,24),

t – рік (у нашому випадку 1).

Результат:

NPV=1654629,45−767000=887629,45грн;

PV=2052562,72 *1,24=1654629,45 грн.

Ці показники демонструють чистий дохід, який залишиться після повернення інвестицій.

Для нашого проєкту — створення освітньої платформи бізнес-курсів у сфері торгівлі — розрахункове значення внутрішньої норми прибутковості (IRR) становить 98,0%. Те, що цей показник суттєво перевищує ставку дисконтування у 24%, свідчить про високу рентабельність інвестицій у дану ініціативу.

Ще одним ключовим індикатором є індекс прибутковості (Profitability Index, PI), який дозволяє оцінити ефективність проєкту в розрахунку на кожну вкладену гривню. За результатами фінансового моделювання, індекс PI становить 2,16, тобто кожна вкладена гривня приносить 2 грн 16 коп. Це підтверджує економічну доцільність запуску та розвитку бізнес-курсів.

Як видно з таблиці 3.6, окупність інвестицій у проєкт відбудеться вже до кінця першого року функціонування платформи. Проєкт виходить на точку беззбитковості вже на 6-му місяці діяльності, що є позитивним сигналом для потенційних інвесторів.

Щорічне зростання грошового потоку на 10% є результатом:

- поступового розширення асортименту курсів;
- зростання кількості слухачів;
- виходу на стабільний рівень реалізації освітніх послуг із другого року;

- зменшення фінансового навантаження після завершення початкових інвестицій.

Це, у свою чергу, дає можливість реінвестувати частину прибутку в масштабування освітнього бізнесу, впровадження нових форматів навчання та розширення географії охоплення.

Висока рентабельність проєкту, підтверджена як показником PI > 1, так і значенням IRR, яке майже у 4 рази перевищує ставку дисконтування, робить цю ініціативу інвестиційно привабливою.

Крім того, соціальна місія проєкту – сприяння підвищенню кваліфікації та зайнятості жінок, молоді та переселенців через навчання — створює додану цінність і конкурентну перевагу. Бізнес-курси мають не лише фінансовий потенціал, а й позитивний соціальний вплив, що відповідає сучасним тенденціям розвитку сталого підприємництва.

Таким чином, реалізація освітнього бізнесу у сфері торгівлі є фінансово виправданою, соціально значущою та перспективною у довгостроковій перспективі.

3.3. Аналіз можливих ризиків та визначення заходів щодо їх запобігання

Ризики для бізнес-курсів у сфері торгівлі – це потенційні внутрішні або зовнішні фактори, які можуть негативно вплинути на роботу проєкту, знизити прибутковість або ускладнити досягнення стратегічних цілей. Нижче подано основні види ризиків, актуальні саме для такого формату освітнього бізнесу:

1. Ринкові ризики.

Зміна попиту на освітні послуги – зниження зацікавленості у курсах з торгівлі через зміни в ринку праці або появу нових сфер, які користуються більшою популярністю.Насичення ринку – велика конкуренція з боку вже відомих шкіл, онлайн-платформ (Prometheus, Coursera, Skillbox тощо). Цінова конкуренція — демпінг цін з боку конкурентів може знизити дохідність бізнесу.

2. Фінансові ризики.

Недостатній стартовий капітал – обмеженість у фінансуванні маркетингу, оплати праці викладачів, розробки якісного контенту. Непередбачені витрати – наприклад, потреба в додаткових технічних рішеннях, ліцензіях, юридичних послугах тощо. Зниження платоспроможності цільової аудиторії – у разі економічної кризи або війни.

3. Організаційні ризики.

Проблеми з викладацьким складом – нестача досвідчених тренерів, плинність кадрів або незадовільна якість викладання. Зрив термінів запуску – через неузгодженість процесів, технічні збої, бюрократію або помилки в управлінні. Недостатня ефективність рекламної кампанії — коли вкладені кошти в маркетинг не дають очікуваного результату.

4. Технологічні ризики.

Проблеми з онлайн-платформою – збої в роботі сайту, складна навігація, технічна недоступність для слухачів. Кібератаки, витік даних – порушення безпеки користувацької інформації, що шкодить репутації. Невідповідність контенту новим трендам – курс може застаріти або втратити актуальність, якщо не оновлюється.

5. Юридичні ризики.

Порушення авторських прав – при використанні сторонніх матеріалів без дозволу. Невідповідність вимогам законодавства – наприклад, щодо захисту персональних даних, оформлення працівників. Скарги споживачів – через неякісний сервіс, невиконання обіцяних результатів.

6. Соціальні та репутаційні ризики

Негативні відгуки – які швидко поширюються онлайн і впливають на бренд.

Невиконані очікування клієнтів – наприклад, коли обіцяна "гарантована робота" після курсу не реалізується.

Сприйняття проєкту як комерційного, а не соціального – що може знизити довіру серед аудиторії. Оцінка ризиків для нашого проєкту «TradeUp» представлена в таблиці 3.7:

Таблиця 3.7

Оцінка ризиків для проєкту «TradeUp»

№	Опис ризику	Ймовір - ність (1–10)	Вплив на результа ти проєкту (1–10)	Оцінка ризику (3×4)	Стратегія реагування на ризик	Конкретні дії, які варто вжити
1	Низький попит на курси у період запуску	8	8	64	Ухилення	Запуск пілотної рекламної кампанії, таргетована реклама, бонуси за ранню реєстрацію
2	Висока конкуренція з боку безкоштовних онлайн-курсів	7	8	56	Зниження	Формування унікальної ціннісної пропозиції: практичні кейси, менторство, сертифікація
3	Висока вартість розробки якісного освітнього контенту	6	7	42	Передача	Залучення зовнішніх фахівців на умовах аутсорсу, партнерство з профільними експертами
4	Нестабільність платформи або технічні збої	7	8	56	Зниження	Вибір надійного LMS-сервісу, створення резервної копії контенту, техпідтримка 24/7
5	Негативні відгуки слухачів у соцмережах	6	7	42	Зниження	Активна робота з відгуками, впровадження клієнт-сапорту, опитування задоволеності
6	Зміни у ринкових трендах та застарівання програми	7	6	42	Ухилення	Щоквартальний перегляд програм, оновлення модулів, запрошення актуальних спікерів
8	Невчасна оплата курсів або відмова від участі	7	6	42	Зниження	Впровадження передплати, поетапної оплати, гнучких умов повернення коштів
9	Юридичні ризики щодо захисту персональних даних	5	8	40	Зниження	Аудит політик конфіденційності, підключення юридичного супроводу, зберігання даних відповідно до GDPR
10	Загострення економічної ситуації в країні	9	9	81	Зниження	Запровадження бюджетних тарифів, стипендій, безкоштовних модулів для підтримки попиту
11	Низька конверсія в оплату після реєстрації	6	7	42	Зниження	Оптимізація воронки продажу, впровадження автоворонок, робота з запереченнями через менеджерів

Джерело: складено автором

Після проведеного аналізу ризиків у таблиці 3.3 побудуємо на її основі пелюсткову діаграму (рис. 3.2) для наочного відображення рівня загроз, що можуть вплинути на реалізацію освітнього проєкту. Аналізуючи дані таблиці, можна дійти висновку, що ефективність запуску та розвитку бізнес-курсів значною мірою залежить від грамотного управління ризиками. Підприємницька діяльність у сфері освітніх послуг супроводжується низкою потенційних викликів – від технічних проблем до змін у споживчому попиті або посилення конкуренції.

На підставі отриманих оцінок ризиків із таблиці 3.3 буде побудовано пелюсткову діаграму (рис. 3.2), яка відображає інтенсивність основних загроз і дозволяє візуалізувати пріоритетність заходів реагування.

Рис. 3.2. Пелюсткова діаграма ризиків для проєкту «TradeUp»

Джерело: побудовано автором

Стратегічне управління ризиками передбачає не лише виявлення загроз, а й розробку конкретних дій для їх запобігання чи зменшення негативного впливу [38, с.56]. Наприклад, регулярне оновлення навчальних програм відповідно до ринкових

трендів та зворотного зв’язку від слухачів дає змогу адаптувати контент і підтримувати високу зацікавленість аудиторії.

Такі ризики, як низький попит на курси під час старту чи сильна конкуренція, можуть суттєво зменшити прибутковість проєкту. Тому важливо передбачити ефективні маркетингові інструменти, спеціальні пропозиції та акційні програми для залучення нових клієнтів на етапі запуску.

Зменшення ризиків для нашого бізнес проєкту можливо за рахунок наступних заходів: регулярно оновлювати навчальні програми відповідно до змін ринку, працювати з кваліфікованими викладачами та залучати менторів з реального бізнесу, інвестувати в технічну якість платформи та захист даних, мати чіткий юридичний супровід, проводити моніторинг задоволеності учасників та збирати зворотний зв’язок.

Висновки до розділу 3

1. Аналіз життєвого циклу проєкту бізнес-курсів у сфері торгівлі дозволив систематизувати ключові етапи реалізації навчального бізнесу: від підготовки концепції до її масштабування. Окрема увага була приділена визначенню та аналізу внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін, зокрема слухачів курсів, викладачів, партнерських організацій і державних регуляторів, що забезпечує глибше розуміння факторів впливу на ефективність бізнес-моделі.

2. Фінансово-економічна оцінка ефективності проєкту показала його інвестиційну привабливість. Зокрема, чиста приведена вартість (NPV) становить 887 629,45 грн, а індекс прибутковості (PI) – 2,16, що означає прибуток у розмірі 2 грн. 16 копійок на кожну вкладену гривню. Внутрішня норма прибутковості (IRR) становить 98%, що значно перевищує ставку дисконтування на рівні 24%. Розрахунковий період окупності з урахуванням дисконтування – лише 6 місяців, що свідчить про швидке повернення інвестицій та ефективність моделі. Оцінка прибутковості проєкту відкриття бізнес-курсів у сфері торгівлі свідчить про високий потенціал дохідності. Упродовж першого року роботи очікуваний дохід від надання освітніх послуг становитиме 4 906 800,00 грн, а в другому році вже 5 397 480,00 тис. грн. Зростання обумовлене поступовим укріпленням репутації навчального центру, підвищенням

впізнаваності бренду та розширенням клієнтської бази. Очікуваний грошовий потік у перший рік складе 2 052 562,72 грн, а у другий – 2 257 819,00 грн.

3. Оцінка ризиків виявила кілька ключових загроз для реалізації бізнес-курсів у сфері торгівлі, серед яких – загальне зниження попиту на освітні послуги, зростання конкуренції, інфляційні коливання та ризик низької якості контенту. Для нейтралізації цих ризиків розроблено стратегії управління, зокрема: регулярне оновлення програм, використання адаптивної цінової політики, впровадження системи зворотного зв’язку з клієнтами та гнучка маркетингова стратегія. Це дозволяє суттєво знизити негативний вплив ризиків на стабільність і рентабельність проєкту.

ВИСНОВКИ

1. Актуальність створення бізнес-курсів в торгівлі зумовлена зростаючим інтересом до фінансової грамотності, інвестування та альтернативних джерел доходу серед українців. Особливо це помітно на тлі економічної нестабільності та високої інфляції, що стимулює громадян шукати нові можливості для збереження та примноження капіталу.

2. Підприємницька діяльність в Україні регламентується рядом чинних законодавчих актів. Згідно з нормативною базою, здійснення навчальної діяльності не потребує обов’язкового ліцензування, якщо не йдеться про надання державного зразка освітніх документів.

Планується створення нових освітніх курсів у сфері торгівлі під назвою "TradeUp", які орієнтуватимуться на високу якість навчання та можливість подальшої добровільної сертифікації слухачів і викладачів. Для ефективного функціонування передбачено створення необхідної інфраструктури, дотримання стандартів захисту персональних даних та забезпечення належної якості освітнього продукту. Освітня діяльність буде здійснюватися згідно з КВЕД: 85.59 – Інші види освіти (включає курси підвищення кваліфікації, додаткову професійну підготовку, тренінги, навчальні програми); 85.60 – Допоміжна діяльність у сфері освіти (організація навчальних заходів, освітнє консультування, надання навчальних матеріалів тощо).

3. Новостворені курси працюватимуть у форматі фізичної особи-підприємця (ФОП), на 3-й групі спрощеної системи оподаткування, що передбачає сплату 5% від доходу без ПДВ. Така форма ведення бізнесу є оптимальною для надання освітніх послуг: онлайн-курсів, тренінгів, бізнес-шкіл, вебінарів. У разі перевищення граничного річного доходу (9 336 000 грн на 2025 рік), підприємству необхідно буде перейти на загальну систему оподаткування та зареєструватися платником ПДВ. Ринок освітніх послуг в Україні демонструє активне зростання та високий попит на якісну практичну підготовку, що створює сприятливі умови для розвитку проєкту "TradeUp".

4. Проведена комплексна аналітична оцінка можливості запуску онлайн-платформи бізнес-курсів у сфері торгівлі "TradeUp" засвідчила наявність сприятливих умов для входу на український ринок освітніх онлайн-послуг. Незважаючи на загальноекономічні виклики та високу конкуренцію, попит на якісне онлайн-навчання в галузі торгівлі зростає, особливо з боку малих і середніх підприємців, самозайнятих осіб, а також початківців у бізнесі. Аналіз ринку показав, що сегмент короткострокових прикладних курсів із фокусом на практичні навички у сфері продажів, e-commerce, категорійного менеджменту, переговорів та цифрових інструментів активно розвивається. Основними споживачами таких курсів є підприємці-початківці, менеджери з продажу, маркетологи та фахівці малого бізнесу, які шукають швидкі та ефективні способи підвищення кваліфікації.

5. SWOT- та PEST-аналіз дозволили оцінити потенціал проєкту "TradeUp" та визначити його конкурентні переваги. До сильних сторін можна віднести: практичну спрямованість контенту, досвідчену команду викладачів, інтеграцію сучасних EdTech-рішень та доступну вартість курсів. Слабкими сторонами є обмежена впізнаваність бренду на старті, відсутність сформованої клієнтської бази та необхідність масштабної рекламної кампанії. Водночас зовнішні можливості, такі як цифровізація бізнесу, тренд на онлайн-освіту, зростання самозайнятості та державна підтримка МСП, значною мірою компенсують загрози з боку конкуренції, низької платоспроможності населення та можливих регуляторних змін. Дослідження конкурентного середовища виявило наявність як великих EdTech-платформ (Prometheus, Laba, SkillUp), так і нішевих освітніх проєктів, орієнтованих на окремі аспекти бізнесу. Проте "TradeUp" вирізняється чіткою спеціалізацією – навчання саме в сфері торгівлі, а також пропозицією комплексної підтримки учнів: від навчального контенту до кар’єрного консультування та нетворкінгу.

6. Розрахунок стартових витрат показав, що для запуску онлайн-платформи необхідно 767 000 грн, з яких 400 000 грн планується залучити у вигляді банківського кредиту під 18% річних. Витрати включають розробку курсів, створення LMS-системи та сайту, закупівлю техніки, авансові зарплати команди, маркетингову кампанію, підписки на ПЗ та витрати на продакшн. Фінансова модель базується на

поміркованому зростанні кількості студентів та враховує змінні витрати, виплати за кредитом, амортизацію обладнання, а також постійні витрати на утримання проєкту. Таким чином, аналіз показав, що проєкт "TradeUp" має достатній потенціал для виходу на ринок онлайн-освіти, з можливістю поступового масштабування за рахунок якісного контенту, сучасних інструментів навчання та ефективної бізнес-моделі.

7. Аналіз життєвого циклу проєкту бізнес-курсів у сфері торгівлі дозволив систематизувати ключові етапи реалізації навчального бізнесу: від підготовки концепції до її масштабування. Окрема увага була приділена визначенню та аналізу внутрішніх і зовнішніх зацікавлених сторін, зокрема слухачів курсів, викладачів, партнерських організацій і державних регуляторів, що забезпечує глибше розуміння факторів впливу на ефективність бізнес-моделі.

8. Фінансово-економічна оцінка ефективності проєкту показала його інвестиційну привабливість. Зокрема, чиста приведена вартість (NPV) становить 887 629,45 грн, а індекс прибутковості (PI) – 2,16, що означає прибуток у розмірі 2 грн. 16 копійок на кожну вкладену гривню. Внутрішня норма прибутковості (IRR) становить 98%, що значно перевищує ставку дисконтування на рівні 24%. Розрахунковий період окупності з урахуванням дисконтування – лише 6 місяців, що свідчить про швидке повернення інвестицій та ефективність моделі. Оцінка прибутковості проєкту відкриття бізнес-курсів у сфері торгівлі свідчить про високий потенціал дохідності. Упродовж першого року роботи очікуваний дохід від надання освітніх послуг становитиме 4 906 800,00 грн, а в другому році вже 5 397 480,00 тис. грн. Зростання обумовлене поступовим укріпленням репутації навчального центру, підвищенням впізнаваності бренду та розширенням клієнтської бази. Очікуваний грошовий потік у перший рік складе 2 052 562,72 грн, а у другий – 2 257 819,00 грн.

9. Оцінка ризиків виявила кілька ключових загроз для реалізації бізнес-курсів у сфері торгівлі, серед яких – загальне зниження попиту на освітні послуги, зростання конкуренції, інфляційні коливання та ризик низької якості контенту. Для нейтралізації цих ризиків розроблено стратегії управління, зокрема: регулярне оновлення програм, використання адаптивної цінової політики, впровадження

системи зворотного зв’язку з клієнтами та гнучка маркетингова стратегія. Це дозволяє суттєво знизити негативний вплив ризиків на стабільність і рентабельність проєкту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ногас Н. Державна політика у галузі освіти України: сутність і зміст. *Актуальні проблеми правознавства.* 1 (21)/2020., с. 87-95. DOI: 10.35774/app2020.01.087

2. Щокін Р. Г. Мета і цілі державної політики у галузі освіти: сучасний стан бачення проблеми. *Право.* 2017. № 3. С. 41–46.

3. Тернавська В. М. Принципи сучасної правової політики України. *Правова держава*. 2018. № 32. С. 51–56.

4. Вітренко Ю.М., Ворона В.О., Дебич М.А.. Сфера вищої освіти як складова плану відновлення України. *Вісник НАПН України*, 2022, 4(2) С.1-7 . DOI: https:// doi.org /10. 37472/v.naes.2022.4211

5. Вітренко,Ю.М. Державне фінансування закладів вищої освіти України як суб'єктів сучасної ринкової економіки. *Фінанси України*, (10), 102-123. https://doi.org/10.33763/finukr2019.10.102

6. Волярська О. С. Напрями розвитку вищої освіти в Україні в умовах нестабільності. (2020) *Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи.* 2020. Вип. 2 (18). С. 34-43. DOI: https://doi.org/10.35387/

7. Ринок онлайн-освіти в Україні: аналітичний огляд. веб-сайт. URL: https://pro-consulting.ua/ua/pressroom/rynok-onlajn-obrazovaniya-v-ukraine-analiticheskij-obzor/(дата звернення 20.04. 2025)

8. Чи вигідний продаж онлайн-курсів у 2024 році? веб-сайт. URL: https://skillzrun.com/blog/chi-vigidnij-prodazh-onlajn-kursiv-u-2024-roczi//(дата звернення 20.04. 2025)

9. Навчальна система SkillzRun. веб-сайт. URL: https://skillzrun.com/(дата звернення 20.04. 2025)

10. Net Promoter Score (NPS). веб-сайт. URL: https://mtp-global.com/uk/customer-satisfaction-index/ (дата звернення 20.04. 2025)

11. Закон України «Про освіту» від 5 вересня 2017. веб-сайт. URL: https:// zakon. rada. gov. ua/ laws /show /2145-1 (дата звернення 20.04. 2025)

12. Освіта дорослих: теорія, досвід, перспективи. 2020. Вип. 2 (18)*AdultEducation: Theory, Experience, Prospects*. 2020. Vol. 2 (18)41. С. 41-47. DOI: https://doi.org/10.35387/od.2(18).2020.9-22

13. Аніщенко, О., Лук'янова, Л. &Прийма, С. Неформальна освіта дорослих – освітній тренд XXI століття. *Рідна школа*, 11-12, 2017. С. 3-7.

14. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : навч. посіб./ Н. В. Захарченко. Одеса: ОНЕУ, 2022. 197 с.

15. Які податки буде платити ФОП у 2025 році: ЄСВ, єдиний податок та військовий збір. веб-сайт. URL: https://7eminar.ua/events/4276/9644 дата звернення: 20.04.2024).

16. Янковець Т. М. Економічна сутність бізнес-плану інноваційного проекту. URL: http:// www. knutd.com.ua/publications/pdf/Ukrainian_editions/statja_yankovec. (дата звернення: 20.04.2025 р.).

17. Kved.com.ua. 2024. веб-сайт. URL: https://kved.com.ua/(дата звернення: 20.02.2024).

18. Аніщенко, О.В. (2020) Розвиток цифрових компетенцій педагогічного персоналу у сфері освіти дорослих-актуалітет педагогічної науки і практики. *Сучасні інформаційні технології та інноваційні методики навчання у підготовці фахівців: методологія, теорія, досвід, проблеми: зб. наук. праць*. К: Вінниця: ДОВ «Вінниця», 55,206-214. DOI: https://doi.org/10.35387/od.1(17).2020.С.116-122.

19. Прийма, С., Юань, Д., Аніщенко,О.&Петрушенко, Ю. (2017) Моніторинг освіти впродовж життя в реалізації регіональної освітньої політики в Україні. *Науковий вісник Мелітопольського державного педагогічного університету.* Серія: педагогіка, 2(19). 2017. С. 170-177. URL:https://lib.iitta.gov.ua/710536/

20. Що потрібно знати про онлайн-освіту в Україні. веб-сайт. URL: https://techno.nv.ua/ukr/technoblogs/onlayn-osvita-v-ukrajini (дата звернення 22.04. 2025)

21. Ринок української онлайн-освіти під час війни: повний аналіз ринку. веб-сайт. URL: https://informer.today/blogi/rinok-ukra%D1%97nsko%D1%97-onlajn-osviti-pid-chas-vijni-povnij-analiz-rinku (дата звернення 22.04. 2025)

22. E-commerce в Україні: цифри, факти, перспективи розвитку онлайн-торгівлі. веб-сайт. URL: https://www.site2b.ua/ua/web-blog-ua/e-commerce-v-ukraini-cifri-fakti-perspektivi-rozvitku-onlajn-torgivli.html (дата звернення 24.04. 2025)

23. Перспективи ринку онлайн-навчання. веб-сайт. URL: https://www.bestcleverslms. com /piznavalne/perspektyvy-rynku-onlayn-navchannia (дата звернення 24.04. 2025)

24. Н. В. Доброва, М.М. Осипова. Основи бізнесу: навчальний посібник. Одеса: Бондаренко М.О., 2018. 305 с.

25. Projector Institute вебсайт. URL:https://prjctr.com/ /(дата звернення: 24.04.2025).

26. Prometheus. вебсайт. URL: https://prometheus.org.ua/prometheus-free/kubernetes-basics//(дата звернення: 24.02.2025).

27. Netpeak Education. Вебсайт. URL: https://netpeak.ua/ /(дата звернення: 24.04.2025).

28. Diia.Osvita. Вебсайт. URL: https://osvita.diia.gov.ua/ /(дата звернення: 25.04.2025).

29. GIZ. Вебсайт. URL: https://www.giz.de/en/worldwide/208134.html /(дата звернення: 28.02.2025).

30. Донорська організація ЄБРР. Вебсайт. URL: https://hranty-dlya-hromad.golocal-ukraine.com/donor/yebrr/ /(дата звернення: 25.04.2025).

31. USAID Ukraine. Сторінка в соцмережі Facebook. URL: https://www.facebook.com /USAIDUkraine/(дата звернення: 25.04.2025).

32. Як провести SWOT-аналіз. веб-сайт. URL:https://happymonday.ua/yak-provesty-swot-analiz (дата звернення: 25.04.2025).

33. Pest аналіз: вивчення зовнішнього середовища. Вебсайт. URL: https://fractus.com. ua/uk/blog/pest-analiz-vivchennya-zovnishnogo-seredovishha/ /(дата звернення: 25.04.2025).

34. ROZETKA : веб-сайт. URL : https://rozetka.com.ua /?utm_source =cpa trafmag&utm_campaign=251957&afc lid=17176591895575565171 (дата звернення: 25.04.2025).

35. Кредитний калькулятор : веб-сайт. URL: https://finance.ua/ua/calc/credit (дата звернення: 27.04.2025).

36. Приват банк : веб-сайт. URL:https://privatbank.ua/(дата звернення 29.04.2025).

37. Проєктний аналіз: навчальний посібник /за ред. проф. Карпова В.А. К.: Видавничий дім «Кондор», 2019. 320 с.

38. Обґрунтування господарських рішень та оцінювання ризиків : навч. посіб./ Н. В. Захарченко. Одеса: ОНЕУ, 2022. 197 с.