

УДК 658.8

Т.С. МІШУСТІНА, кандидат економічних наук, доцент
Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля

Т.І. ГОНЧАР, студентка
Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля

МАРКЕТИНГОВИЙ АНАЛІЗ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ДИТЯЧИХ ЦЕНТРІВ В УКРАЇНІ

Обґрунтовано необхідність розвитку людського капіталу, починаючи з дошкільного віку. Здійснено маркетинговий аналіз ринку дитячих центрів раннього розвитку в Україні з використанням кількісного SWOT-аналізу, PEST-аналізу, портфельного аналізу тощо. Виявлено основні тенденції у розвитку центрів раннього розвитку. Висунуто припущення щодо необхідності регулярного маркетингового аналізу як зовнішнього, так і внутрішнього середовища. Базуючись на результатах маркетингового аналізу дано рекомендації стосовно маркетингових заходів, які не тільки задовольняли б потреби потенційних клієнтів у рамках цільового ринку, а й максимізували ефективність дитячого центру раннього розвитку.

Ключові слова: людський капітал, кількісний SWOT-аналіз, PEST-аналіз, портфельний аналіз, маркетингові заходи, дитячі центри раннього розвитку.

Освіта має значний вплив на формування інтелектуального потенціалу України, що зумовлює її конкурентоспроможність на світовому ринку. Досить велику кількість праць як вітчизняних, так і закордонних вчених, таких як К.А. Алексеева, І.І. Бажан, Е. Брукінг, О. Бутнік-Сіверський, О.В. Кендюхов, І.В. Поповиченко, І.М. Пристай, І.Ф. Радіонова [1–6; 9–11] та ін., присвячено інтелектуальному капіталу, потенціалу країни та людському капіталу як його складовій. Однак економісти розглядають формування інтелектуального потенціалу, зокрема людського капіталу, за рахунок вищої та середньої спеціальної освіти, (досить рідко, шкільної освіти) науки, практичного досвіду, однак формування людського капіталу починається значно раніше. Так, дошкільне дитинство є періодом найбільш стрімкого фізичного і психічного розвитку дитини, початкового формування якостей особистості, необхідних протягом усього подальшого життя. Крім того, цей період

характеризується найвищою окупністю інвестицій (рис. 1).

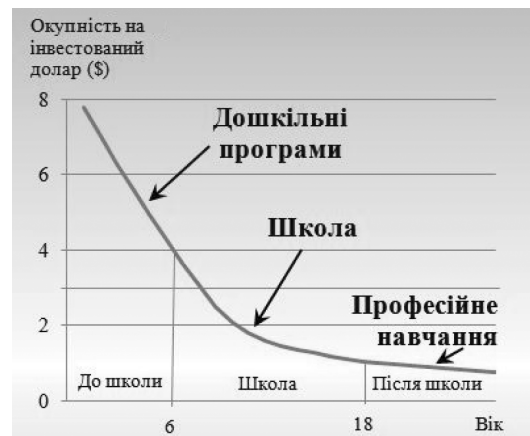


Рис. 1. Окупність інвестицій у людський капітал залежно від віку [7]

У більшості країн спостерігається усвідомлення особливої важливості дошкільного дитинства, що виражається в таких тенденціях:

– освіта починається до досягнення дитиною п'ятирічного віку;

– попит на дошкільну освіту до трирічного віку значно перевищує пропозицію [7].

Щодо українських реалій, то п. 1 ст. 4 Закону України «Про дошкільну освіту» (від 11.07.2001 р.) визначено, що дошкільна освіта є обов'язковою первинною складовою частиною безперервної освіти в Україні. У цей час Україна впевнено виходить на європейський та світовий рівень освіти, тому назріла потреба у створенні нової освітньої системи, що по'єднує в собі українські національні традиції і сучасні напрацювання світової педагогіки. Виховання здорової дитини та компетентної особистості, дотримання прав дитини на здобуття якісної дошкільної освіти є головними пріоритетами в організації роботи зі старшими дошкільнятами. Найбільш розповсюдженими формами здобуття дошкільної освіти дітьми п'ятирічного віку є:

- державні і приватні дошкільні навчальні заклади;
- групи короткотривалого перебування;
- групи при загальноосвітніх навчальних закладах;
- охоплення соціально-педагогічним патронатом і т. д.

Для дітей віком до п'яти років передбачені дитячі садки. Але тут ситуація дещо складна. Дитячих садків не вистачає: у 1990-ті роки, коли дитсадки пустували через спад народжуваності, їх приміщення орендували або викупували приватні підприємства. У результаті у 2010 р.

в Україні виявилось всього 14,5 тис. працюючих дитячих садків – на 10 тис. менше, ніж 20 років тому. Працюючі дитсадки переповнені, в середньому кожен відвідує на 12% більше дітей, ніж потрібно. На практиці – це 30 дітей у групі, що вкрай небажано для повноцінного розвитку дитини.

З 2000-х років показник народжуваності планомірно збільшується [8] (рис. 2).

З 2006 р. спостерігається тенденція збільшення кількості дітей віком 0–6 років, в тому числі зростає кількість дітей до 1 року, питома вага яких у 2012 р. в Україні склала 14,9% (рис. 3), а вікова структура дитячого населення представлена таким чином: діти 0–6 років – 42,0%; діти 7–14 років – 39,9; діти 15–17 років – 18,1%.

Останніми роками стала утворюватися черга в дитячі садки, з'явився електронний реєстр, куди батьки записують дітей в чергу мінімум за рік до вступу в дитсадок, а то і одразу після народження дитини, підвищується вік для прийому дитини. На 100 місць в дитсадках припадає 107 дітей (в містах їх кількість вища – 113), і ця тенденція зберігається до цього часу [8].

Разом з цим вимоги до першокласників стали вище, і це вимагає від батьків приділяти більше уваги і часу дошкільній підготовці. Виникає необхідність пошуку альтернативних варіантів підготовки дитини до школи, а це, у свою чергу, збільшує інвестиційну привабливість бізнесу, в основі якого лежить надання дошкільних освітніх послуг.

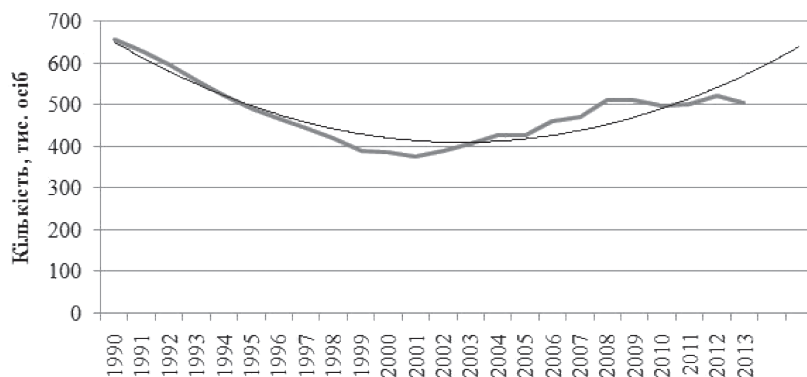


Рис. 2. Динаміка народжуваності в Україні 1990–2013 рр.

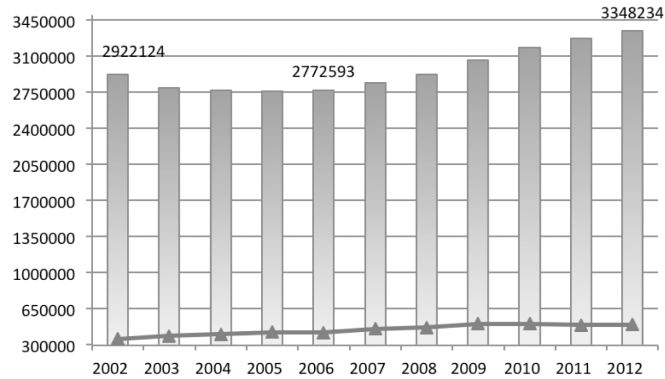


Рис. 3. Динаміка кількості дітей України віком 0–6 років (■) до 1 року (▲)

У відповідь на ці тенденції в Україні виникла велика кількість приватних закладів, що займаються дошкільною освітою дітей – це домашні дитячі садки, приватні дитячі садки, центри дитячого розвитку, різні спеціалізовані курси і т. д.

Приватні дошкільні освітні центри поєднують у собі послуги звичайного дитячого садка і пропонують батькам нестандартний підхід до навчання і розвитку дитини. Зважаючи на дефіцит місць, переповненість груп і застарілі підходи до виховання державні дитячі садки просто не можуть витримати конкуренцію.

Основні відмінності таких центрів від інших освітніх закладів – ранній вік «учнів», маленькі групи (до 6 дітей) та участь у занятті мами або кого-небудь з родичів, тому що маленькі дітки до 4 років охоче сприймають своїх батьків як вчителів. Саме тому на таких курсах мама, тато або бабуся дитини беруть участь у занятті, а дома закріплюють пройдений матеріал.

Одним з ключових факторів успіху таких центрів розвитку дитини є кваліфікований педагогічний склад. Викладачі повинні мати не тільки вищу освіту але й спеціальну середню педагогічну освіту, що дає більше практичних навичок роботи з дітьми. Вони повинні знати методики раннього розвитку, бути ерудованими, постійно вивчати нову літературу, проявляти творчий підхід у спілкуванні з дітьми. Тому центри розвитку дітей підбирають собі співробітників із провідних шкіл.

Незважаючи на те, що ринок послуг дошкільної освіти на сьогодні ще досить ненасичений, конкуренція на ринку вже присутня. І одним з найефективніших інструментів захоплення своєї ніші на ринку та позиціонування своїх послуг, для приватних дошкільних установ є використання однієї чи кількох сучасних методик раннього розвитку дитини. Досягнення балансу, забезпечення того, щоб і діти, і батьки були задоволені – це і є основна умова успішної роботи вітчизняних послідовників західних методів розвитку дитини.

Що стосується впливу зовнішніх факторів на діяльність центрів дитячого розвитку, у табл. 1 наведено (позитивні «+» та негативні «-») фактори впливу, які було визначено під час проведення PEST-аналізу для досліджуваного дитячого центру «Сім'я» (табл. 1).

Аналіз показав, що на розвиток дошкільного навчального закладу найбільш негативно впливають політичні та економічні фактори. Серед означених факторів найбільш впливові ті, що отримали негативну оцінку. Це свідчить про значну політичну нестабільність у країні, а також низьку активність держави у сфері економічної підтримки вітчизняної дошкільної освіти.

Економічне пожвавлення в країні та стабільний бюджет дали б можливість прогнозувати позитивний подальший розвиток дошкільної освіти в Україні, але цьому заважають недосконалість політики в освітній сфері, рівень інфляції

Таблиця 1

PEST-аналіз центру «Сім'я»

Політика	Оцінка	Економіка	Оцінка
Урядова політика щодо освіти	+	Інфляція	-
Відкритість освітнього простору	+	Потреби споживача	-
Посилення державного галузевого регулювання	-	Підвищення рівня платоспроможного попиту	+
Політична нестабільність	-	Корупція	-
Зміна політичного курсу країни	+	Економічна ситуація та тенденції	-
Можливі зміни законодавства новим урядом	-	Підвищення мінімального рівня зарплати	+
Протиріччя між усвідомленням суспільства в необхідності модернізації	-	Попит	+
Політичне протистояння в Верховній Раді	-	Остаточний принцип формування бюджету освіти	-
Недосконалість законодавчої бази – Громадське невдоволення політикою уряду	-	Недостатність фінансування та нерациональність використання бюджетних коштів	-
Загрозлива ситуація на сході країни	-	Специфіка надання послуг	-
Соціум		Технологія	
Демографічний стан	-	Прискорення темпів науково-технічного прогресу	+
Зміни законодавства стосовно соціальних факторів	+	Невідповідність технічних засобів потребам суспільства	-
Етнічні / релігійні фактори	+	Мережа Інтернет	+
Базові цінності	+	Безконтрольність вибору технологій та їх реалізації	-
Соціальне розшарування суспільства	+	Недостатність інноваційно-інвестиційного досвіду	-
Значна кількість людей з вищою освітою	+	Інформація та комунікації	+
Витискання педагога із соціальної інфраструктури, низький соціальний статус	-	Потенціал інновацій	+
Попит та точка зору споживача	+		
Споживацькі переваги	+		
Висвітлення з боку медіа-засобів діяльності закладу	-		

(якщо розглядати останні чотири роки, то у 2010 р. він склав 9,1%, у 2011 – 4,6, у 2012 – -0,2, у 2013 – 0,5%, а на сьогодні цей показник становить уже 12,9%), недосконала податкова політика, вартість енергоресурсів, складний політичний стан і т. ін. Але у той же час у країні за останні чотири роки підвищився рівень народжуваності (так, у 2013 р. в Україні народилося 503,7 тис. малюків, у 2012 – 520,7, у 2011 – 502,6, а в 2010 – 497,7 тис. дітей) [8].

Якщо розглядати соціум, то тут основною проблемою є недостатність кваліфікованих кадрів, оскільки професія психолога-педагога на сьогодні в Україні є неперспективною через розміри заробітної плати та непопулярність послуг. Через недосконалість програм державної освіти більшість батьків звертаються до приватних центрів з раннього розвитку, сьогодні батьки серйозніше ставляться до виховання своїх дітей. З боку технологій відзначається прискорення тем-

пів науково-технічного прогресу, зростає потенціал освітніх інновацій, але в той же час спостерігається недостатність інноваційно-інвестиційного досвіду в педагогів.

Дослідження ситуації відвідування дитячих центрів показують, що послуги, які ними надаються, є локалізованими, і понад 50% клієнтів обирають заклад, розташований поруч з будинком, і лише 5% батьків при пошуку дитячого центру для своїх дітей орієнтувалися на специфіку освіти і методіку.

Що стосується типових сильних та слабких сторін, а також можливостей та загроз центрам раннього розвитку, розглянемо їх на прикладі вже центру раннього розвитку дитини «Сім'я». За допомогою експертної оцінки в ході аналізу було визначено фактори впливу, здійснено кількісну оцінку сильних і слабких сторін діяльності підприємства, а також ринкових можливостей підприємства (табл. 2).

Таблиця 2

Кількісна оцінка SWOT-аналізу центру «Сім'я»

Сильні сторони				Слабкі сторони					
	Бал	Ранг	Значення		Бал	Ранг	Значення		
1	Унікальна методика	4	3	12	1	Висока цінова політика	4	5	20
2	Висококваліфікований персонал	4	4	16	2	Слабке просування	1	2	2
3	Зручне місце розташування	4	5	20	3	Сезонність попиту	3	3	9
4	Охоплення широкої вікової категорії	4	1	4	4	Наявність конкуренції	3	4	12
5	Широкий асортимент послуг	3	2	6	5	Слабкий приплив нових клієнтів	4	1	4
Можливості				Загрози					
	Бал	Ранг	Значення		Бал	Ранг	Значення		
1	Зниження цін на послуги	2	2	4	1	Поява нових гравців на ринку	1	2	2
2	Розширення напрямів послуг	2	1	2	2	Підвищення орендної плати, зміна приміщення	3	4	12
3	Підвищення попиту шляхом проведення рекламної кампанії	4	3	12	3	Підвищення цін на обладнання, матеріали	2	1	2
4	Усунення сезонності попиту шляхом проведення акцій та заходів	3	4	12	4	Нестабільне політичне становище в Україні	4	3	12
5	Залучення інформаційних технологій	4	5	20	5	Демографічні фактори	2	5	10

Кількісна бальна оцінка здійснювалася в межах від 1 до 4 балів, де 4 – найбільше значення, а 1 – найменше. Рангова оцінка здійснювалась в межах від 1 до 5, де найменше значення – 1, а найбільше – 5. Така оцінка характеризує ступінь впливу сильних і слабких сторін діяльності підприємства на перспективи використання існуючих можливостей і протидії загрозам. Графічне подання сильних і слабких сторін, можливостей і загроз зовнішнього середовища зображено на рис. 4.

Отримані оцінки просумуємо за рядками і стовпцями і занесемо до матриці, де на перетині сильних і слабких сторін, можливостей і загроз, запропонуємо заходи з розвитку маркетингової діяльності центру «Сім'я» (рис. 5).

На основі цієї матриці сформульовано проблеми, обумовлені тим чи іншим поєднанням сильних (слабких) сторін досліджуваного центру з можливостями (загрозами).

Аналізуючи існуючу маркетингову діяльність, можна визначити головні стратегічні напрями розвитку досліджуваного центру:

1. Проведення заходів стимулювання попиту, збільшення поінформованості про діяльність центру з використанням інформаційних технологій.

2. Розробка рекламної кампанії. Як видно з досліджень, рекламна кампанія центру практично відсутня, тому необхідно розробити та провести ефективну рекламну кампанію для збільшення рівня обізнаності і кількості відвідувачів центру.

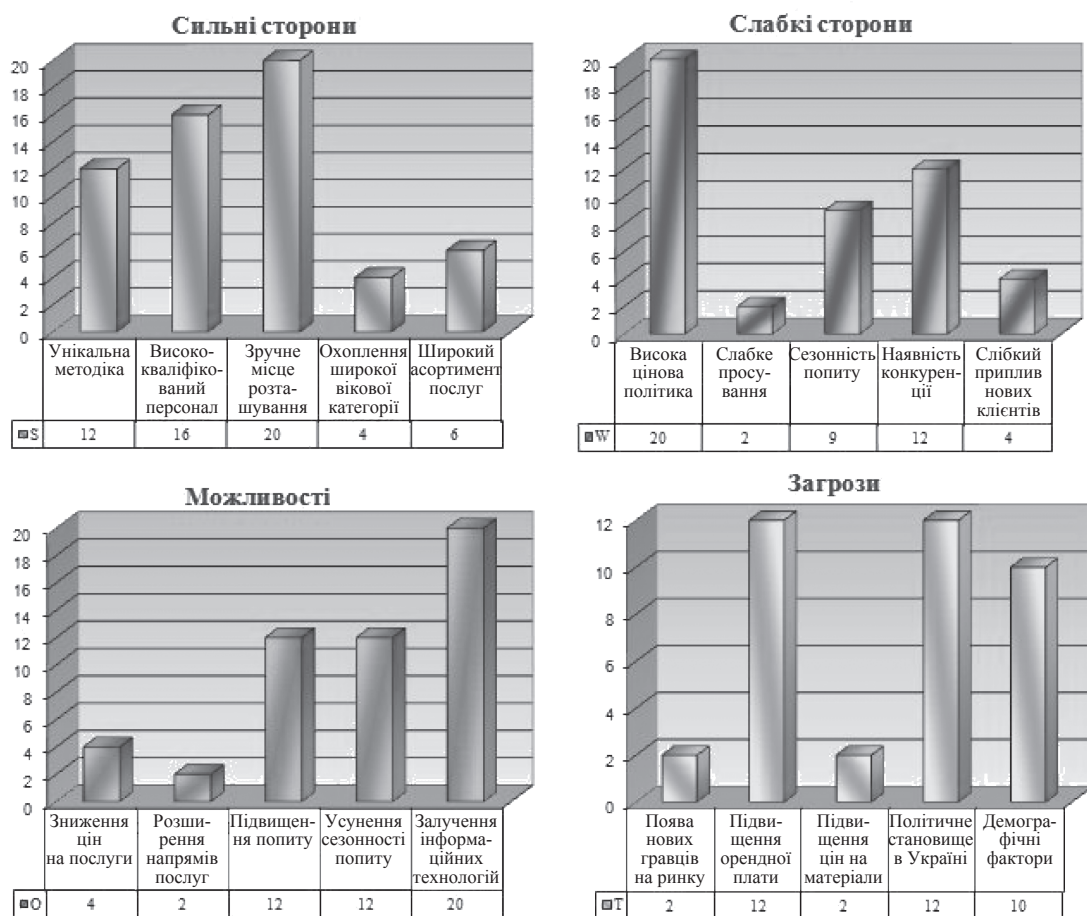


Рис. 4. Графічне подання сильних і слабких сторін, можливостей і загроз зовнішнього середовища центру «Сім'я»

	Сильні сторони				Слабкі сторони			
	Бали	Зручне місце розташування	Високо-кваліфікований персонал	Унікальна методика	Бали	Висока цінова політика	Навантженість конкурентів	Сезонність попиту
Можливості	Балив	20	16	12	20	20	12	9
	Підвищення попиту шляхом проведення рекламної кампанії	Проведення заходів стимулювання попиту	12	Проведення рекламної кампанії
	Усунення сезонності попиту шляхом проведення акції та заходів	Проведення додаткових заходів у сквері біля центру «Сім'я»	Розробка стратегічного маркетингу	12	Розробка заходів щодо врегулювання коливань попиту
	Залучення інформаційних технологій	Збільшення поінформованості про діяльність центру «Сім'я»	Впровадження блогів та сторінки порад у мережі Інтернет	Підвищення популярності методики у ЗМІ	20	Проведення конкурсів для батьків з метою спонукання розповсюдження інформації про роботу центру «Сім'я»
Загрози	Бали	20	16	12	20	20	12	9
	Підвищення орендної плати, зміна приміщення	12	Пошук нових шляхів зниження витрат
	Нестабільне політичне становище в Україні	Залучення персоналу для допомоги дітям із зони АТО	12	Введення безкоштовних уроків для біженців із зони АТО
	Демографічні фактори	Пошук нових ніш	10

Рис. 5. Проблемне поле центру «Сім'я»

3. Розширення напрямів послуг. У результаті побудови матриці БКГ всі товарні групи або окремі продукти компанії розбилися на 4 квадранти. Стратегія розвитку групи послуг залежить від того, в якому квадранті знаходиться послуга.

З аналізу (рис. 6) видно, що у досліджуваному центрі існує не досить збалансований портфель продуктів, щоб його оптимізувати, можливо, за доцільне буде додати напрям хореографії, що користується великою популярністю серед батьків малечі.

Дані фінансово-економічної діяльності свідчать про високий рівень рентабельності прибутку на початку роботи центру «Сім'я» (рис. 7), що стало серйозним стимулом для розширення діяльності бізнесу і підтвердження доцільності капіталовкладень. Проте –40% рентабельності прибутку в липні свідчать про критичне становище підприємства в цей період, що не може залишитися поза увагою. Кількість клієнтів знижується, і заклад поступово стає збитковим. Слід розробити спе-

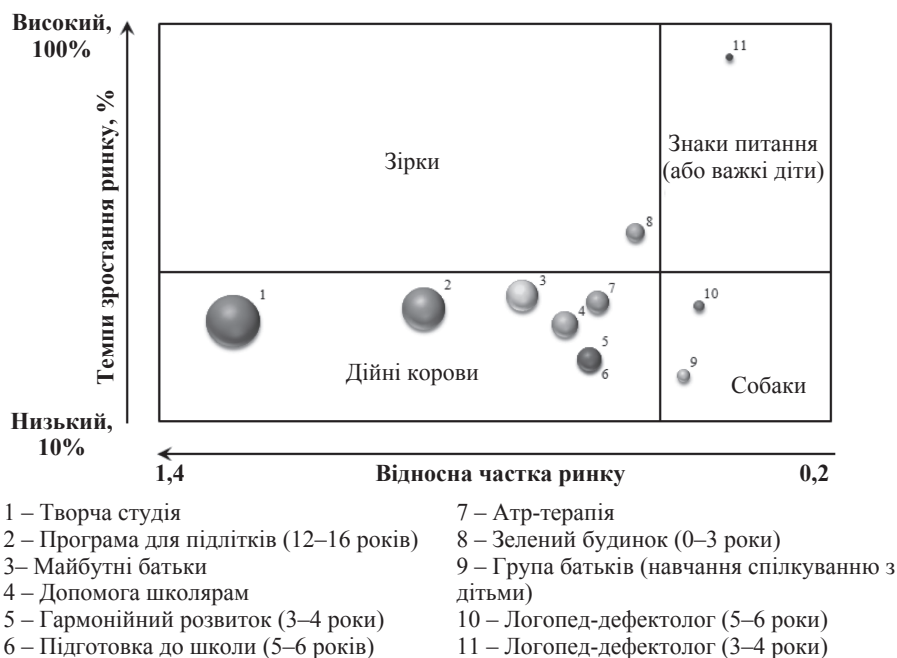


Рис. 6. Матриця БКГ центру «Сім'я»

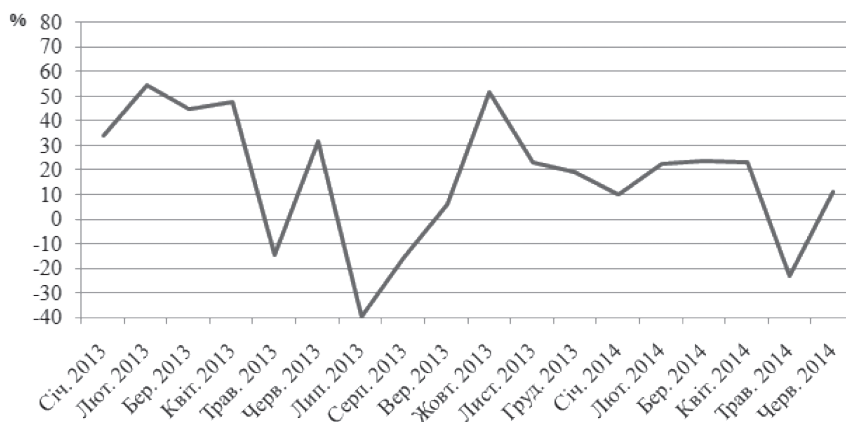


Рис. 7. Динаміка рентабельності прибутку із січня 2013 р. по червень 2014 р.

ціальні стимулюючі заходи для залучення відвідувачів саме у липні для підтримання позитивної діяльності підприємства у не-сезонний період.

Необхідно також зменшити вплив сезонності попиту, за допомогою пошуку та впровадження нових видів послуг актуальних саме у літній період часу.

У результаті проведеного аналізу діяльності центру «Сім'я» можна зробити висновок про те, що система маркетингових комунікацій на підприємстві не забезпечує досягнення маркетингових цілей центру «Сім'я». Прибутковість та високі показники рентабельності (55%) на початку роботи свідчать про високий попит на послуги закладу, але сезонність бізнесу і нерентабельність (–40% у липні 2013 р.) в літній період є яскравим сигналом для перегляду маркетингової діяльності підприємства, оскільки коефіцієнт відтоку клієнтів складає 78%. Серед основних причин цього явища можна виділити:

- відсутність планування системи комунікацій підприємства;
- відсутність розробки та планування рекламної діяльності підприємства як найбільш значущого елемента комунікацій;
- відсутність системи оцінки результатів використання елементів комунікаційного комплексу всієї системи в цілому.

З метою вдосконалення роботи центру «Сім'я» можна сформувані такі напрями розвитку фірми:

- розробити комунікаційну стратегію підприємства;
- здійснити планування рекламної діяльності підприємства;
- розробити заходи просування центру на ринку;
- розробити та провести ефективну рекламну кампанію;
- розглянути варіанти, за рахунок яких можна збільшити частку ринку;
- розширити спектр послуг, щоб максимально нівелювати вплив сезонності бізнесу за допомогою пошуку та впровадження нових видів послуг актуальних саме на травневі свята та у літній період.

Підсумовуючи, можна сказати, що ринок освітніх послуг для дітей дошкільного віку в Україні стрімко зростає. Особливо високий попит спостерігається на послуги центрів раннього розвитку дитини. Це не тільки новий тренд, а в першу чергу досить перспективний бізнес, що сприяє формуванню людського капіталу та інтелектуального потенціалу України.

Однак для успішного функціонування дитячого центру розвитку необхідно регулярно здійснювати маркетинговий аналіз як зовнішнього, так і внутрішнього середовища, базуючись на якому розробити комплекс маркетингу, який би не лише задовольняв потреби потенційних клієнтів у рамках цільового ринку, а й максимізував ефективність організації.

Список використаних джерел

1. Алексеева К.А. Оцінка інтелектуального капіталу в соціально орієнтованій економіці / К.А. Алексеева // Економіка та держава. – 2009. – № 1 (73). – С. 84–87.
2. Бажан І.І. Інтелектуальний капітал та основні підходи до його оцінки / І.І. Бажан // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2012. – № 1 (17). – С. 52–56.
3. Брукинг Э. Интеллектуальный капитал: Ключ к успеху в новом тысячелетии / Э. Брукинг; пер. с англ. Н. Мишакова. – СПб.: Питер, 2001. – 288 с.
4. Бутнік-Сіверський О. Інноватика та інтелектуальна економіка (теоретико-методичний аспект) / О. Бутнік-Сіверський // Теорія і практика інтелектуальної власності. – 2008. – № 1. – С. 63–77.
5. Гадзало А.Я. Розвиток теорії людського капіталу в економічній науці [Електронний ресурс] / А.Я. Гадзало // Науковий вісник національного лісотехнічного університету України: зб. наук.-техн. праць. – 2009. – Вип. 19.10. – С. 311–317. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltsu/19_10/311_Gadzalo_19_10.pdf

6. Кендюхов О.В. Теоретичні засади організаційно-економічного механізму управління інтелектуальним капіталом підприємства [Електронний ресурс] / О.В. Кендюхов // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2011. – № 36. – С. 152–158. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vetp/2011_36/11kovbcc.pdf
7. Кондаков А. Тенденции современного дошкольного образования [Электронный ресурс] / А. Кондаков. – Режим доступу: [gosbook.ru](http://www.gosbook.ru)
8. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
9. Поповиченко І.В. Стратегічні підходи до управління інтелектуальним капіталом / І.В. Поповиченко, Г.Л. Ступнікер // Збірник наукових праць ЧДТУ. Серія «Економічні науки». – Вип. 22. – С. 110–113. – С. 375–381.
10. Пристай І.М. Людський капітал як ключовий фактор розвитку конкурентоспроможності країни [Електронний ресурс] / І.М. Пристай, І.А. Лапшина // Науковий вісник національного лісотехнічного університету України: зб. наук.-техн. праць. – 2011. – Вип. 21.9. – С. 253–260. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltsu/21_9/253_Pry.pdf
11. Радіонова І.Ф. Інтелектуальний капітал та інтелектуальний потенціал економіки: розмежування понять і явищ / І.Ф. Радіонова, В.І. Усик // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 10. – С. 56–66.
12. Чухно А. Інтелектуальний капітал: сутність, форми та закономірності розвитку / А. Чухно // ЕУ. – 2002. – № 11–12.

References

1. Alekseyeva K.A. *Otsinka intelektual'noho kapitalu v sotsial'no oriyentovaniy ekonomitsi*, [Assessment of intellectual capital in socially oriented economy]. *Ekonomika ta derzhava*. [Economy and State], 2009, no. 1 (73), pp. 84-87.
2. Bazhan I.I. *Intelektual'nyy kapital ta osnovni pidkhody do yoho otsinky*, [Intellectual capital and main approaches to its assessment]. *Visnyk Berdyans'koho universytetu menedzhmentu i biznesu*. [Journal of Berdyansk University of Management and Business], 2012, no. 1 (17), pp. 52-56.
3. Brooking, Annie (1996), *Intellectual Capital: Core Asset for the Third Millennium Enterprise*, International Thomson Business Press, New York.
4. Butnik-Sivers'kyu O. *Innovatyka ta intelektual'na ekonomika (teoretyko-metodychnyy aspekt)*, [Innovation and Intellectual economics (theoretical and methodological aspects)]. *Teoriya i praktyka intelektual'noyi vlasnosti* [Theory and practice of intellectual property], 2008, no. 1, pp. 63-77.
5. Hadzalo A.Ya. *Rozvytok teorii lyuds'koho kapitalu v ekonomichniy nauksi*, [The development of human capital theory in economics]. *Naukovyy visnyk natsional'noho lisotekhnichnoho universytetu Ukrayiny: Zbirnyk naukovo-tekhnichnykh prats'*. [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine: Collection of scientific works], 2009, pp. 311-317. [ules for the Citing of Sources] Available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltsu/19_10/311_Gadzalo_19_10.pdf (Accessed 27 February 2015).
6. Kendyukhov O.V. *Teoretychni zasady orhanizatsiyno-ekonomichnoho mekhanizmu upravlinnya intelektual'nyim kapitalom pidpryyemstva*, [The theoretical basis of organizational and economic mechanism of intellectual capital enterprise]. *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. [Bulletin of Economics and transportation industries], 2011, no. 36, pp. 152-158. [ules for the Citing of Sources] Available at: http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vetp/2011_36/11kovbcc.pdf (Accessed 27 February 2015).
7. Kondakov A. *Tendentsyy sovremennoho doshkol'noho obrazovanyya*, [Tendencies of modern preschool education] [ules for the Citing of Sources] Available at: <http://www.gosbook.ru> (Accessed 27 February 2015).

8. *Ofitsiynnyy sayt Derzhavnoyi sluzhby statystyky Ukrainy*, [The official website of the State Statistics Service of Ukraine] [ules for the Citing of Sources] Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 27 February 2015).

9. Popovychenko, I. V. *Stratehichni pidkhody do upravlinnya intelektual'nym kapitalom*, [Strategic approaches to management of intellectual capital]. *Zbirnyk naukovykh prats' ChDTU. Seriya "Ekonomichni nauky"* [Collected Works of Cherkasy State Technological University. A series of "Economics"], 2011, no. 22, pp. 110-113.

10. Prystay I.M. *Lyuds'kyu kapital yak klyuchovyy faktor rozvytku konkurentospromozhnosti krayiny*, [Human capital is a key factor of competitiveness of the country]. *Naukovyy visnyk natsional'noho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy: Zbirnyk naukovo-tekhnichnykh prats'* [Scientific Bulletin of National Forestry University of Ukraine: Collection of scientific works], 2011, no. 21.9, pp. 253-260. [ules for the Citing of Sources] Available at: http://www.nbuuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltsu/21_9/253_Pry.pdf (Accessed 27 February 2015).

11. Radionova I.F. *Intelektual'nyy kapital ta intelektual'nyy potentsial ekonomiky: rozmezhuvannya ponyat' i yavlyshch*, [Intellectual capital and intellectual potential of the economy: the distinction between phenomena and]. *Aktual'ni problemy ekonomiky* [Recent economic problems], 2011, no. 10, pp. 56-66.

Обоснована необхідність розвитку людського капіталу, починаючи з дошкільного віку. Осуществлен маркетинговий аналіз ринку дитячих центрів раннього розвитку в Україні з використанням кількісного SWOT-аналізу, PEST-аналізу, портфельного аналізу і т. п. Виявлені основні тенденції в розвитку центрів раннього розвитку дітей. Висунуто припущення про необхідності регулярного маркетингового аналізу як зовнішньої, так і внутрішньої середовища. ґрунтуючись на результатах маркетингового аналізу, дані рекомендації щодо маркетингових заходів, які не тільки задовольняли б потреби потенційних клієнтів в межах цільового ринку, але й максимізували ефективність дитячого центру раннього розвитку.

Ключевые слова: *человеческий капитал, количественный SWOT-анализ, PEST-анализ, маркетинговые мероприятия, детский центр раннего развития*

The necessity of human capital development starting with pre-school age is justified. Market analysis of children's development centers in Ukraine is done using quantitative SWOT analysis, PEST analysis, portfolio analysis, and etc. There has been made an assumption on the need of regular market analysis of both external and internal environment. There have been determined trends in early development centers. The recommendation on marketing activities has been given of marketing research for measures that would not only meet the needs of potential clients, but also to maximize the effectiveness of children's center.

Key words: *human capital, quantitative SWOT analysis, PEST analysis, portfolio analysis, marketing activities, children's early development centers.*

Одержано 23.01.2015.