

*Лилимберг Светлана Ивановна*

*Селезнёва Татьяна Олеговна*

## **ОНЛАЙН-МАРАФОНЫ КАК НОВЫЙ ВИД ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ АКТИВНОСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ**

***Аннотация:** глава посвящена проблемам формирования механизма организации и проведения онлайн-марафонов с целью повышения их эффективности. В исследовании описаны характерные особенности проведения онлайн-марафонов, их отличия от других способов обучения, преимущества и недостатки онлайн-марафонов как самостоятельного вида предпринимательской активности. Особое внимание уделено вопросам выбора оптимальной платформы для проведения онлайн-марафонов. В качестве примера использован опыт проведения онлайн-марафонов конкретного предприятия ИП «EDUMARATHON», функционирующего в городе Астана Республики Казахстан.*

***Ключевые слова:** онлайн-платформа, онлайн-марафон, обучение, информация, бизнес, информационные услуги, цифровизация, предпринимательская активность, эффективность.*

***Abstract:** the chapter is dedicated to the problems of forming a mechanism for organizing and conducting online marathons in order to increase their effectiveness. The study describes the characteristic features of online marathons, their differences from other learning methods, the advantages and disadvantages of online marathons as an independent type of entrepreneurial activity. Special attention is paid to the issues of choosing the optimal platform for online marathons. As an example, the experience of conducting online marathons of a specific enterprise IP «EDUMARATHON» operating in the city of Astana in the Republic of Kazakhstan is used.*

***Keywords:** online platform, online marathon, training, information, business, information services, digitalization, entrepreneurial activity, efficiency.*

В современном обществе всю большую популярность набирают онлайн-марафоны, которые представляют собой перспективную форму предпринимательской деятельности, позволяющую быстро и эффективно охватить значительный потребительский сегмент, коммерциализировать экспертные знания и создать устойчивое сообщество. Однако, как и любая новая форма бизнеса, они сталкиваются с рядом проблем, требующих решения для повышения эффективности и долгосрочной устойчивости.

Актуальность темы обуславливает выбор объекта исследования, в качестве которого выступает процесс проведения онлайн-марафонов как самостоятельный вид экономической активности и предпринимательской деятельности. Предмет исследования – эффективность проведения онлайн-марафонов, проблемы и перспективы её повышения.

Целью исследования является изучение механизма проведения онлайн-марафонов с целью повышения их эффективности.

В ходе исследования авторами применялись аналитический, сравнительный, монографический методы исследования, методы наблюдения, описания, измерения и моделирования, метод SWOT-анализа.

Возможность реализовать свои творческие идеи и извлечь при этом выгоду, то есть возможность бизнеса, создает в общественной среде достаточно творческую, созидательную обстановку, способствующую развитию как общества в целом, так и отдельных его частей, вплоть до семьи и личности. Бизнес усложняет, но и украшает жизнь [1].

Действующий бизнес создает ценности, и этими ценностями оказываются не только новые блага, не только новые комбинации ресурсов и сами новые ресурсы, но и во многом сама общественная среда [2]. Бизнес платит налоги (своего рода взносы за доступ к среде, за воспроизводство среды), и создает оплачиваемую занятость, а также развивает общественную среду, косвенно, предъявляя спрос на общественные блага и, возможно, помогая процветанию общества через благотворительность.

На рынке инфо-услуг и онлайн-образования сложились привычные для аудитории форматы. Помимо курсов, вебинаров, приложений проводятся марафоны, которые набирают всю большую популярность [3]. Этот формат отличается от других по форме взаимодействия и требует другого подхода к подготовке и продвижению. От спортивного термина здесь остается цель – достижение конкретного результата; интенсивность – высокая частота занятий; практическая направленность [4].

При создании такого продукта, как онлайн-марафон, особое внимание следует уделить техническому оснащению, поскольку базой для запуска онлайн-марафона являются онлайн-платформы, которые представляют собой цифровую систему или веб-сайт, позволяющий пользователям максимально взаимодействовать друг с другом (таблица 1).

Таблица 1

## Виды онлайн-платформ

<i>Назначение онлайн-платформ</i>	<i>Описание</i>	<i>Виды</i>
Для обучения	Платформы, предназначены для проведения онлайн-занятий, а также отслеживания успеваемости студентов	Zoom, Moodle, Kundelic
Для покупок	Платформы, на которых размещены маркетплейсы	Ozon, Wildberries, Temu
Государственные	Платформы, на которых хранятся данные жителей государства, а также предназначены для записей в гос.учреждения	E-Otinish, Egov
Социальные сети	Платформы, предназначены для общения пользователей	Telegram, WhatsApp
Развлекательные	Платформы, предназначены для проведения досуга	YouTube, Netflix, Steam
Биржи труда	Платформы, предназначены для поиска работы	Workzilla Яндекс.Работа
Финансовые	Платформы, предназначены для отслеживания курса валют, банкингов	XM Global, XM Trading, XM Broker
Для совместной работы	Платформы, предназначены для совместного использования в учебных, коммерческих целях	Google doc., Canva

Президентом Казахстана Касым-Жомарт Токаевым 10 июля 2023 года был подписан Закон «Об онлайн-платформах и онлайн-рекламе», в котором устанавливаются права и обязанности собственников онлайн-платформ и пользователей, а также требования к онлайн-рекламе на онлайн-платформе [5].

Закон повествует об обязанностях сервисов, которые в соответствии с казахстанским законодательством стали или станут онлайн-платформами. Значительное внимание уделено обязанности предоставления данных сервисов государственным органам. В этой связи вызывает интерес политика популярных платформ по взаимодействию с государственными органами в части предоставления информации о пользователях.

Создание собственной онлайн-платформы – достаточно трудоемкий и дорогой процесс. Поэтому многие пользователи предпочитают начинать продвижение своего онлайн-марафона или другого интернет-продукта на уже готовой веб-площадке. Выбор правильной платформы имеет решающее значение для успеха бизнеса.

Платформа должна соответствовать потребностям, отвечать предъявляемым требованиям, быть удобной в использовании, предоставлять все необходимые инструменты для продвижения бизнеса или эффективного обучения [6]. Также важно, чтобы платформа поддерживала различные устройства, такие как компьютеры, планшеты, смартфоны, чтобы пользователи имели доступ к информации в любое время. Правильный выбор платформы может существенно повлиять на качество и продуктивность [7].

Для результативного продвижения онлайн-марафона следует выбрать наиболее эффективную онлайн-платформу (таблица 2).

Анализ представленных в матрице данных показывает, что наиболее эффективной онлайн-платформой для организации онлайн-марафонов является площадка google doc.

Таблица 2

## Матрица преимуществ и недостатков популярных онлайн-платформ

Виды платформ	Преимущества						Недостатки					
	График работы	Доступность формата	Экономия ресурсов	Интерактивность и аналитика	Актуальность информации	Обход психологических	Финансовые затраты	Недостаток живого общения	Ограниченность возможностей платформы	Риск мошенничества	Обилие отвлекающих факторов	Неоднородность качества контента
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
zoom				+	+	+	+		+	+	+	+
moodle						+	+	+		+		+
kundelic			+	+	+	+		+	+		+	
ozon		+	+		+	+	+			+	+	+
wildberries		+		+		+		+	+	+		+
temu	+	+	+	+	+		+	+			+	
e-otinish			+		+	+	+	+		+	+	+
egov		+	+			+	+		+	+		
telegram	+		+		+	+	+	+		+	+	
WhatsApp		+				+	+	+	+		+	+
YouTube	+		+	+	+		+			+	+	
Netflix	+	+	+		+	+		+	+		+	
steam				+		+	+	+		+		+
google doc.	+	+	+	+	+	+	+			+		+
canva	+		+		+		+	+	+		+	+

Онлайн-марафоны – это мероприятия, проводимые в интернете, обычно на протяжении нескольких дней или недель. Участники совместно изучают определенную тему, выполняют определенные задания. Целью участников онлайн-марафона могут выступать следующие:

- саморазвитие;
- совершенствование профессиональных компетенций;
- получение новых знаний;
- поддержка в достижении целей;
- мотивация к действию;
- обмен опытом;

– создание эффективного комьюнити.

Организатор онлайн-марафонов, в отличие от самих участников, преследует следующие цели:

1) повышение экспертности, авторитетности, так как проведение успешных, информативных онлайн-марафонов помогает укрепить репутацию организатора как эксперта в своей области; это, в свою очередь, способствует увеличению доверия со стороны клиентов, партнеров;

2) увеличение базы подписчиков – проведение онлайн-мероприятий часто сопровождается сбором контактной информации участников, что позволяет увеличивать количество подписчиков рассылок и уведомлений;

3) получение дохода.

Онлайн-марафон – это интенсивное мероприятие на определенную тематику. Участники по заданному расписанию получают доступ к контенту, обучающим материалам, заданиям, тестам, вебинарам, другим ресурсам, предоставляемым организатором.

Особенность такого формата работы в структурированной программе, интенсивной подаче материала в сжатые сроки [8]. Человека погружают в тему. При качественном, последовательном изучении материала, выполнении заданий, применении знаний на практике участник достигает за время марафона своих целей или видимых результатов. Здесь важно именно движение «Step by step» (шаг за шагом), не пытаясь перепрыгнуть через ступеньки.

Для того, чтобы получить максимально приближенную картину проблем проведения онлайн-марафонов проведём анализ данного вида предпринимательской активности на примере конкретного предприятия ИП «EDUMARATHON», функционирующего в городе Астана Республики Казахстан. Основным видом деятельности предприятия ИП «EDUMARATHON» является организация онлайн-обучения и проведение образовательных марафонов.

Перечень онлайн-марафонов ИП «EDUMARATHON» представляет собой внушительный список: по здоровью и фитнесу, по развитию личности и психологии, по творчеству и хобби (таблица 3).

Таблица 3

## Виды образовательных онлайн-марафонов ИП «EDUMARATHON»

Категории	Виды онлайн-марафонов	Содержание онлайн-марафонов
Марафоны по здоровью и фитнесу	Похудение и правильное питание	Направлены на снижение веса, коррекцию питания, детокс и формирование здоровых привычек; включают в себя тренировки, рецепты, консультации нутрициологов
	Фитнес-марафоны	Йога, пилатес, силовые тренировки и танцы; программы ориентированы на разные уровни подготовки и цели (набор мышечной массы, похудение, повышение выносливости и т. д.)
	Марафоны по растяжке и гибкости	Развитие гибкости и мобильности для улучшения здоровья
	Марафоны по ментальному здоровью	Медитации, практики осознанности, техники управления стрессом и сном; актуальны в современном мире с высоким уровнем тревожности
Марафоны по развитию личности и психологии	Марафоны по самооценке и уверенности	Помогают справиться с неуверенностью, повысить самооценку и научиться любить себя
	Марафоны по постановке целей и достижению успеха	Дают инструменты и мотивацию для достижения желаемых результатов в разных сферах жизни
	Марафоны по проработке личных границ и эмоциональной устойчивости	Помогают выстраивать здоровые отношения и справляться с негативными эмоциями
Марафоны по творчеству и хобби	Марафоны по рисованию, музыке, писательству и другим видам творчества	Помогают раскрыть творческий потенциал и освоить новые навыки
	Марафоны по кулинарии и гастрономии	Обучение приготовлению разных блюд, здоровому питанию и организации праздничных столов

ИП «EDUMARATHON» функционирует в условиях жёсткой конкурентной среды. Конкуренция на казахстанском рынке онлайн-марафонов действительно растет, как и во всем мире. Это связано с увеличением спроса на онлайн-образование и саморазвитие, а также с развитием технологий и доступностью интернета.

Местные эксперты и блогеры – казахстанские специалисты в различных областях (фитнес, психология, маркетинг и т. д.) активно используют онлайн-марафоны для продвижения своих услуг и знаний.

Курсы и марафоны от международных платформ, таких как Coursera, Udey, Skillshare, доступны и популярны среди казахстанских пользователей.

Основные конкуренты ИП «EDUMARATHON» на казахстанском рынке представлены на рисунке 1.

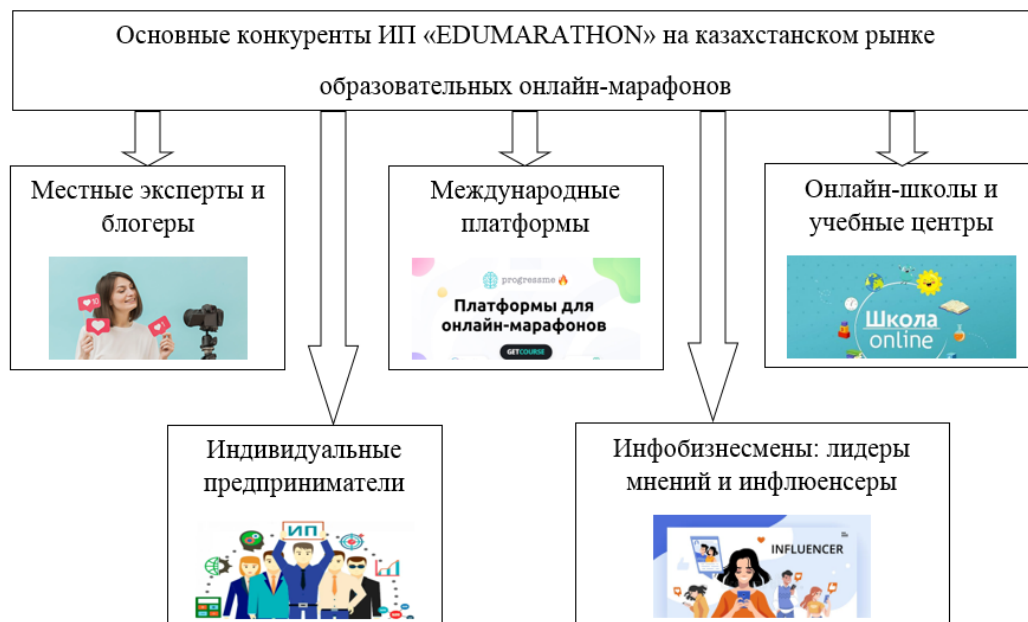


Рис. 1. Основные конкуренты ИП «EDUMARATHON» на казахстанском рынке образовательных онлайн-марафонов

Многие казахстанские онлайн-школы и учебные центры также проводят свои онлайн-марафоны.

Растет число индивидуальных предпринимателей – независимых специалистов, которые самостоятельно разрабатывают и проводят марафоны.

Инфобизнесмены – лидеры мнений и инфлюенсеры, которые делают марафоны частью своего бизнеса.

ИП «EDUMARATHON» на казахстанском рынке имеет следующие конкурентные преимущества:

- 1) популярная тематика онлайн-марафонов, в частности, таких как похудение, фитнес, психология;
- 2) качество контента – уникальный, полезный и хорошо структурированный контент ИП «EDUMARATHON» является ключевым фактором привлечения и удержания клиентов;
- 3) репутация и опыт спикеров;



4) наличие различных вариантов тарифов и скидок;

5) выгодный формат обучения, удобство платформы, наличие обратной связи, дополнительных материалов и сообщества участников;

6) наличие положительных отзывов и кейсов, демонстрирующих реальные результаты участников марафонов, что повышает доверие и привлекает новых клиентов;

7) уникальные торговые предложения (авторские методики, особый подход, индивидуальные консультации).

Для расширения своей ниши ИП «EDUMARATHON» важно постоянно следить за трендами и ассортиментом оказания услуг населению.

Организация и управление предприятием по онлайн-марафонам – это комплексный процесс, включающий в себя планирование, организацию, мотивацию, координацию и контроль всех ресурсов и процессов, необходимых для успешного создания, продвижения и проведения онлайн-марафонов с целью достижения поставленных бизнес-целей.

Более подробно функции организации и управления ИП «EDUMARATHON» представлены в таблице 4. Ключевыми элементами управления предприятием по онлайн-марафонам являются такие, как:

- фокус на качество контента, обучения и обслуживания клиентов является ключевым фактором успеха;

- способность быстро адаптироваться к изменениям рынка, новым технологиям и требованиям клиентов;

- эффективное взаимодействие между всеми сотрудниками и отделами;

- постоянный поиск новых идей, форматов и технологий для улучшения марафонов;

- клиентоориентированность: удовлетворение потребностей и ожиданий клиентов является приоритетом.

Одним из основополагающих элементов управленческой деятельности предприятия является структура управления. Управление в ИП «EDUMARATHON» организовано по линейно-функциональному принципу и

представляет собой разновидность структуры линейно-функционального типа, что свойственно предприятию данного масштаба и специфики (рисунок 2).

Таблица 4

### Функции организации и управления ИП «EDUMARATHON»

Функции	Содержание
Планирование	Определение целей (финансовых, образовательных, маркетинговых), разработка стратегий их достижения, создание планов-графиков разработки марафонов, определение ресурсов (бюджет, персонал, технологии), анализ рынка и целевой аудитории
Организация	Формирование организационной структуры компании, распределение задач и ответственности между сотрудниками, создание и оптимизация рабочих процессов, формирование команд для разработки и проведения марафонов
Мотивация	Стимулирование сотрудников для достижения поставленных целей, создание благоприятной рабочей атмосферы, развитие профессиональных навыков персонала
Координация	Обеспечение эффективного взаимодействия между всеми отделами и сотрудниками, контроль за своевременным выполнением задач, оперативное решение возникающих проблем
Контроль	Отслеживание показателей эффективности (продажи, посещаемость, удовлетворенность клиентов), анализ результатов, внесение необходимых корректировок в планы и процессы
Ресурсообеспечение	Эффективное управление всеми ресурсами компании (финансовыми, человеческими, материальными, информационными, технологическими) для достижения поставленных целей
Разработка и создание марафонов	Разработка образовательной программы, создание контента (тексты, видео, презентации), тестирование платформы и учебных материалов, привлечение экспертов и спикеров
Продвижение и маркетинг	Разработка маркетинговой стратегии, создание рекламных кампаний, продвижение в социальных сетях, работа с целевой аудиторией, привлечение новых клиентов
Проведение марафонов	Организация учебного процесса, техническая поддержка, работа с кураторами и модераторами, обеспечение обратной связи с участниками
Работа с клиентами	Обеспечение качественного обслуживания клиентов, сбор обратной связи, решение проблем, удержание клиентов
Анализ и улучшение	Постоянный анализ эффективности работы, выявление слабых мест, внедрение улучшений для повышения качества марафонов и удовлетворенности клиентов

Директор ИП «EDUMARATHON» осуществляет общее руководство компанией, определяет стратегию развития, отвечает за финансовые результаты и принимает ключевые решения.

Методист разрабатывает программу марафонов, создает образовательные материалы, контролирует качество контента и методическую составляющую.



Рис. 2. Структура управления ИП «EDUMARATHON»

Модератор (куратор) поддерживает участников марафона, отвечает на вопросы, проверяет домашние задания, мотивирует участников и создает сообщество.

Графический дизайнер разрабатывает визуальное оформление марафонов, создает презентации, баннеры, и другие графические материалы.

IT-менеджер обеспечивает техническую поддержку платформы, устраняет технические неполадки, управляет сайтом и программным обеспечением.

SMM-менеджер управляет аккаунтами компании в социальных сетях, создает контент, отвечает на комментарии и взаимодействует с аудиторией, а также пишет продающие тексты для сайтов, лендингов, социальных сетей и рекламных материалов.

Бухгалтер ведет бухгалтерский учет, управляет финансами компании, отвечает за финансовую отчетность и налоговые вопросы.

Спикеры-эксперты, работающие на аутсорсинге, являются приглашёнными специалистами и осуществляют проведение марафонов, ведение вебинаров, записывают видеоуроки, консультируют участников.

Таким образом, недостатком структуры управления ИП «EDUMARATHON» является перегруженность функциями SMM-менеджера, который, по сути, занимается не только своей непосредственной деятельностью

по продвижению продукта, но и выполняет функции копирайтера по составлению и редактированию продающих текстов.

Численность работников ИП «EDUMARATHON» в 2024 году составляла 6 человек по штатному расписанию. Каждый штатный работник при поступлении на работу в ИП «EDUMARATHON» заключает трудовой договор, который определяется как соглашение между трудящимся и предприятием, по которому трудящийся обязуется выполнять работу по определенной специальности, квалификации или должности с подчинением внутреннему трудовому распорядку, а предприятие, учреждение, организация обязуется выплачивать трудящемуся заработную плату и обеспечивать условия труда, предусмотренные законодательством о труде, коллективным договором и соглашением сторон.

Кроме того, в ИП «EDUMARATHON» работают сотрудники на аутсорсинге, к которым относятся бухгалтер и приглашённые специалисты-эксперты, которые непосредственно проводят марафоны.

Управление предприятием по онлайн-марафонам – это сложный и динамичный процесс, требующий от руководства профессионализма, стратегического мышления, управленческих навыков и умения работать в команде. Успех в этом бизнесе зависит от способности эффективно управлять всеми ресурсами и процессами, создавать качественный продукт и обеспечивать высокий уровень удовлетворенности клиентов.

В таблице 5 приведены стоимостные показатели проведения образовательных онлайн-марафонов в ИП «EDUMARATHON» в 2023 году.

На основании данных таблицы 5 можно утверждать, что деятельность предприятия по организации онлайн-марафонов характеризуется средней интенсивностью, так как предприятие с таким количеством сотрудников может обеспечивать проведение минимум 24 марафонов в год.

Таблица 5

## Стоимостные показатели проведения онлайн-марафонов

Показатели	Значение
Средняя стоимость онлайн-марафона на 1 участника, тенге (от 25 до 75 тыс. тенге)	55
Среднее количество участников одного онлайн-марафона, чел. (от 20 до 60 чел.)	45
Средние затраты на проведение одного образовательного онлайн-марафона, тенге (от 900 до 2100 тыс. тенге)	1850
Средний доход от проведения одного образовательного онлайн-марафона, тенге (от 1900 до 3560 тыс. тенге)	2475
Общее количество онлайн-марафонов, организованных в 2023 году	19

Доходы ИП «EDUMARATHON» формируются из нескольких источников, в том числе:

- плата зарегистрированных участников за участие в марафоне;
- продажа мерча: одежда, рецепты, программы тренировок, товары с символикой марафона;
- пожертвования – участники и зрители могут делать пожертвования на благотворительные цели, связанные с марафоном.

На рисунке 3 демонстрируется структура доходов по видам источников ИП «EDUMARATHON».

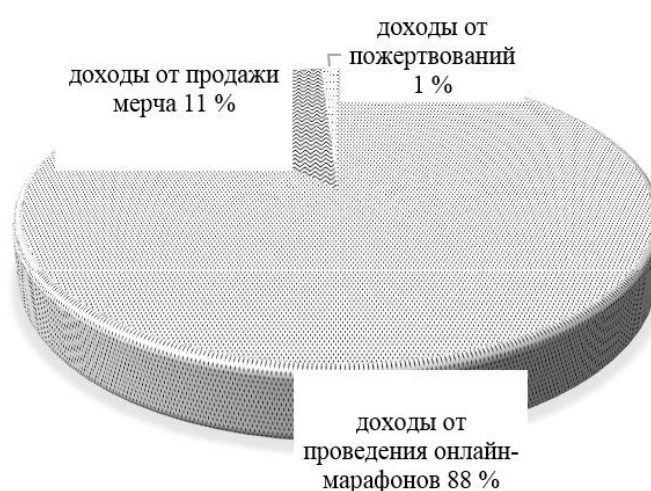


Рис. 3. Структура источников доходов ИП «EDUMARATHON» в 2023 году

Финансовые результаты деятельности ИП «EDUMARATHON» и расчет показателей рентабельности продукции в целом по фирме представлен в таблице 6.

## Эффективность деятельности ИП «EDUMARATHON»

Показатели	2021 год	2022 год	2023 год	Абсолютный прирост, 2023 к 2021	Относительный прирост, % 2023 к 2021
Денежная выручка, тыс. тенге	27370	47477	52991	25621	93,6
Затраты, всего, тыс. тенге	19909	35099	38791	18882	94,8
Прибыль, тыс. тенге	7461	12378	14200	67,39	90,3
Рентабельность основной деятельности, %	37,5	35,3	36,6	-0,9	-2,4
Рентабельность продаж, %	27,3	26,1	26,8	-0,5	-1,8

Судя по данным таблицы 6, в работе предприятия наблюдается тенденция к росту выручки, в 2023 году по отношению к базисному 2021 году она возросла на 25621 тыс. тенге или 93,6%. Рост выручки объясняется ростом количества обучающихся в 2023 году по сравнению с 2021 годом, а также ростом стоимости прохождения онлайн-марафона.

Однако, в качестве негативного явления в деятельности предприятия следует отметить снижение показателей рентабельности. Это вызвано, в первую очередь, превышением темпа роста затрат над темпами роста выручки от реализации образовательных услуг.

На рисунке 4 демонстрируются показатели эффективности использования трудовых ресурсов предприятия.

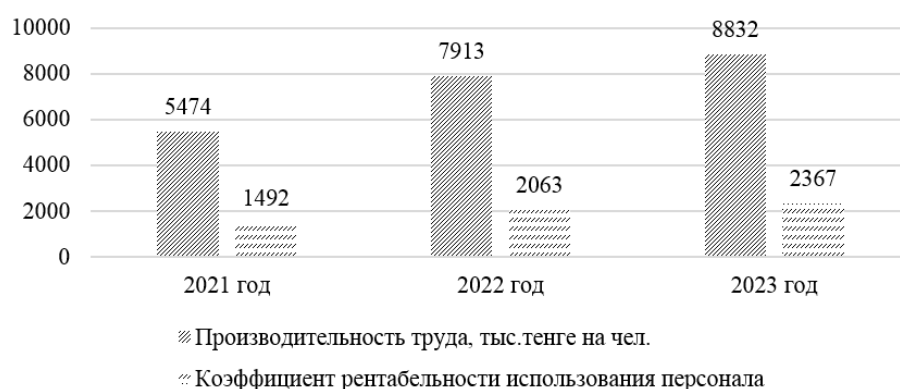


Рис. 4. Динамика показателей эффективности использования трудовых ресурсов ИП «EDUMARATHON»

Изменение основных экономических показателей деятельности ИП «EDUMARATHON» привело к соответствующим изменениям в динамике показателей эффективности использования трудовых ресурсов предприятия. Темп прироста денежной выручки в анализируемом периоде составил 93,6%, тогда как темп прироста численности работников – только 20,0%. Это вызвало рост показателя производительности труда (на 61,3% в анализируемом периоде 2021–2023 гг.).

Аналогичной тенденцией характеризуется и динамика коэффициента рентабельности использования трудовых ресурсов. Поскольку темп роста прибыли (90,3%) существенно превышает темп роста численности работников (20,0%), коэффициент рентабельности персонала увеличился на 58,6%.

Рост показателей эффективности использования трудовых ресурсов, таким образом, обусловлен экстенсивными факторами, в частности, существенным ростом стоимости онлайн-марафонов, что является негативной тенденцией развития бизнеса ИП «EDUMARATHON».

На рисунке 5 наглядно представлены выявленные в ходе анализа недостатки ведения данного бизнеса, которые тормозят рост его экономической эффективности.

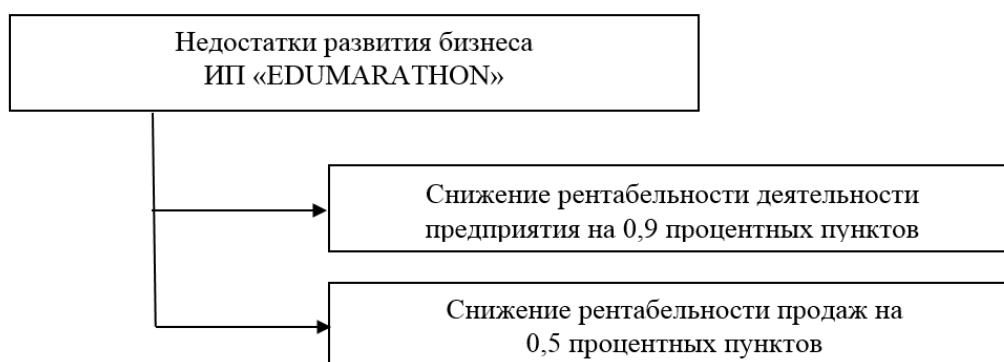


Рис. 5. Недостатки развития бизнеса ИП «EDUMARATHON»  
в сфере проведения онлайн-марафонов

Данные негативные тенденции к изменению названных показателей имеют свои причины, для выявления которых в ходе исследования был использован метод SWOT-анализа (таблица 7).

## Результаты SWOT-анализа деятельности ИП «EDUMARATHON»

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>- наличие сформированной учебно-методической базы;</li> <li>- наличие тщательно отлаженной информационно-технической системы;</li> <li>- сотрудничество с сильными спикерами-экспертами.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- недоукомплектованность кадрами;</li> <li>- недостаточный и узкий ассортимент продуктов при постоянном появлении на рынке новых конкурентов с уникальными продуктами.</li> </ul>
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> <li>- рост популярности здорового образа жизни;</li> <li>- сотрудничество с брендами в рамках развития партнёрских программ;</li> <li>- получение новых источников дохода за счёт расширения ассортимента.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- высокая конкурентная среда и стабильное увеличение количества конкурентов и альтернативных мероприятий;</li> <li>- снижение количества участников и спонсоров вследствие экономического кризиса;</li> <li>- технологические изменения.</li> </ul>

Так, в ходе анализа было выявлена недоукомплектованность кадрами. Недостатком структуры управления ИП «EDUMARATHON» является перегруженность функциями SMM-менеджера, который, по сути, занимается не только своей непосредственной деятельностью по продвижению продукта, но и выполняет функции копирайтера по составлению и редактированию продающих текстов. С целью устранения выявленного недостатка нами предлагается ввести в штат должность копирайтера (с окладом 280 тысяч тенге в месяц).

Введение в штат копирайтера может значительным образом повлиять на привлечение участников к онлайн-марафонам благодаря улучшенным маркетинговым и коммуникационным стратегиям. Хотя конкретный прирост участников может зависеть от множества факторов, на основании оценок и примеров из реального опыта подобных организаций, средний прирост может составить 10%, то есть 90 человек (с учётом того, что в 2023 году общее количество участников составило 955 человек). Тогда общий прирост доходов составит 4950 тыс. тенге, а чистый экономический эффект – 1590 тыс. тенге.

С целью повышения рентабельности деятельности предприятия и получения новых источников доходов ИП «EDUMARATHON» предлагается сотрудни-



чать с известными или малоизвестными брендами в рамках развития партнёрских программ. Чтобы получить заработок от партнерских программ при организации онлайн-марафонов, целесообразно следовать следующему алгоритму действий (рисунок 6).

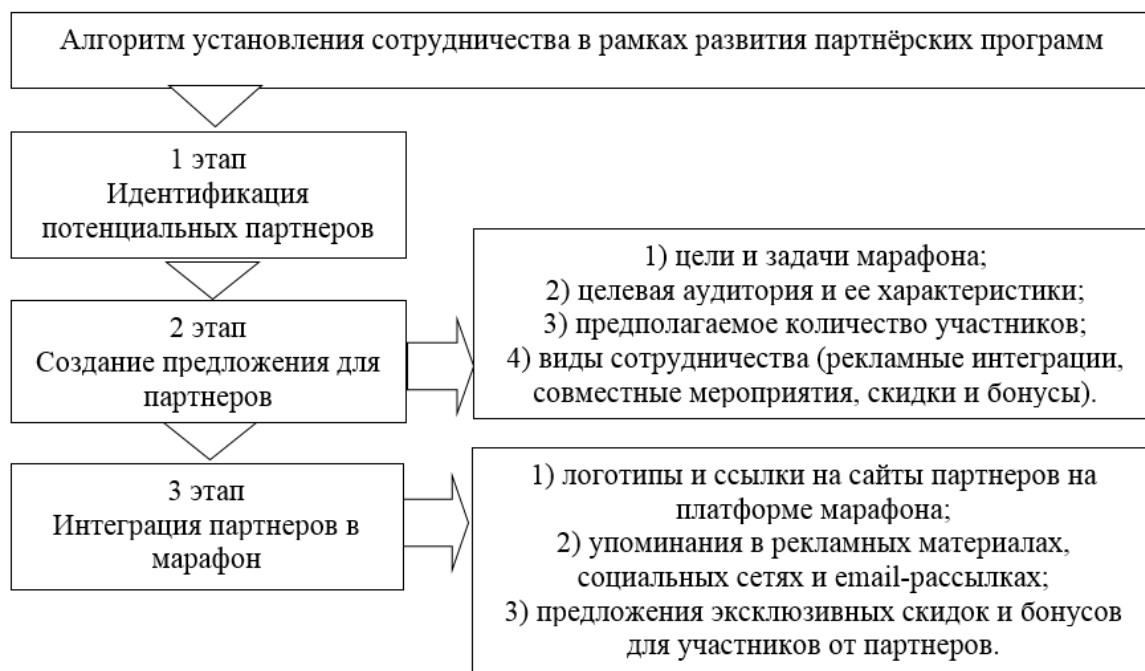


Рис. 6. Разработка алгоритма по реализации сотрудничества в рамках развития партнёрских программ

В Казахстане можно сотрудничать с различными брендами и сервисами в рамках партнерских программ при организации онлайн-марафонов. В ходе проведения исследования при помощи метода интервьюирования была получена экспертная оценка Самуратова Асанали Давлетовича, ведущего специалиста ИП «YUFRAME LABEL», по мнению которого будет целесообразно заключить партнёрскую программу с брендом Almaty Juice, который принадлежит алматинской компании ТОО «Almaty Juice».

С целью налаживания контактов и в соответствии с разработанным выше алгоритмом авторами было составлено предложение для сотрудничества, представленное в таблице 8.

Разработка предложения для сотрудничества при организации  
онлайн-марафонов ИП «EDUMARATHON» с брендом Almaty Juice

<p>Уважаемая команда Almaty Juice!</p> <p>Мы рады предложить вам возможность сотрудничества в рамках нашего предстоящего онлайн-марафона. Наша миссия – продвигать здоровый образ жизни и активное участие в спортивных мероприятиях среди жителей Казахстана. Мы уверены, что партнерство с Almaty Juice, ведущим производителем здоровых и вкусных напитков, станет ключевым элементом нашего мероприятия.</p>	
Название марафона	Похудение и правильное питание
Дата проведения	5–25 мая 2025 года
Целевая аудитория	Спортсмены-любители, энтузиасты здорового образа жизни, семейные участники, жители Казахстана
Ожидаемое количество участников	50
Варианты сотрудничества	Включение ваших продуктов в стартовые пакеты участников
	Раздача пробников или купонов на скидку участникам
	Упоминание бренда Almaty Juice в наших социальных сетях
	Размещение логотипа вашей компании на сайте мероприятия, в email-рассылках и рекламных материалах
	Упоминание бренда Almaty Juice во время вебинаров и других активностей марафона
	Организация конкурсов с вашими продуктами в качестве призов для участников
Преимущества для Almaty Juice	Увеличение узнаваемости бренда
	Прямой доступ к новым потенциальным клиентам через активное взаимодействие с участниками марафона
	Позиционирование бренда как компании, поддерживающей здоровый и активный образ жизни
<p>Мы уверены, что наше сотрудничество принесет взаимную выгоду и укрепит позиции Almaty Juice на рынке. Будем рады обсудить детали и ответить на все ваши вопросы.</p>	

Рассчитаем экономический эффект от реализации партнёрской программы при условии, что ИП «EDUMARATHON» обеспечит в рамках программы как минимум 2 онлайн-марафона в год (таблица 9).

Таблица 9

Экономический эффект от реализации  
партнёрской программы с ТОО «Almaty Juice»

Показатели	Значение
Прибыль от проведения одного онлайн-марафона	625
Дополнительные затраты на реализацию мероприятий в рамках марафона с учётом предложенных вариантов сотрудничества	480
Общая прибыль от проведения двух онлайн-марафонов по партнёрской программе	690
Поступление дохода от ТОО «Almaty Juice» (при стоимости одного марафона 3000 тыс. тенге)	6000
Чистый экономический эффект	6690

Чистый экономический эффект от дохода в форме заработка по партнёрским программам составит 6690 тыс. тенге.

Авторами исследования были разработаны основные характеристики и структура профориентационного онлайн-марафона (таблица 10).

Таблица 10

Разработка программы проведения профориентационного марафона

Название	Карьерный марафон «Мой будущий мир»	
Участники	Школьники	Целевая аудитория, для которой организуется марафон
	Родители и наставники	Люди, поддерживающие школьников в их выборе профессии
Спикер-эксперт	Профориентолог на аутсорсинге	Проведение вебинаров и мастер-классов
Образовательная платформа	Online School of Kazakhstan	Предлагает различные образовательные программы и курсы
Реклама	Контент-криэйтор	Алина Абдуллина – блогер, специализирующаяся в бизнесе
Структурные компоненты марафоны	Введение и ориентация	
	Профессиональные тесты	
	Вебинары и мастер-классы	
	Практические задания	
	Интерактивные сессии	
	Разработка карьерного плана	
	Нетворкинг	
	Подведение итогов и награждение	

Карьерные марафоны предоставляют уникальную возможность молодым людям глубже понять свои интересы и возможности, получить ценную информацию и практический опыт, а также начать строить свою профессиональную деятельность.

Если предположить, что в год можно будет провести 4 карьерных онлайн-марафона, то чистый экономический эффект в 2025 году может составить 1700 тыс. тенге (таблица 11).

Таблица 11

Экономический эффект от внедрения в ассортимент онлайн-продуктов ИП «EDUMARATHON» карьерного марафона «Мой будущий мир»

Показатели	Значение
Средние затраты на проведение одного образовательного онлайн-марафона, тыс. тенге	1850
Дополнительные затраты на привлечение аудитории (реклама у известного блогера), тыс. тенге	500
- разработка	
Планируемое количество участников, чел.	60
Стоимость для одного участника, тыс. тенге	40
Доход от проведения одного марафона, тыс. тенге	2400
Планируемое количество марафонов в год	4
Чистый экономический эффект, тыс. тенге	1700

Наибольший чистый экономический эффект принесёт оформление и подписание партнёрских программ с известными брендами, следовательно, в перспективе целесообразно расширять именно это направление.

Для определения эффективности деятельности ИП «EDUMARATHON» авторами был проведён SWOT-анализ. В ходе проведения которого были выявлены сильные и слабые стороны, возможности и угрозы деятельности ИП «EDUMARATHON», по результатам которых разработаны мероприятия, направленные на эффективное развитие бизнеса в перспективном периоде.

Общая эффективность предлагаемых мероприятий приведена в таблице 12.

Таблица 12

Разработка мероприятий по развитию и повышению эффективности  
деятельности ИП «EDUMARATHON» и результаты,  
ожидаемые от их внедрения

Проблемы	Мероприятия по решению проблем	Ожидаемые результаты
Недоукомплектованность кадрами и перегруженность функциями SMM-менеджера	Введение в штат должности копирайтера для улучшения маркетинговых и коммуникационных стратегий и привлечения новых участников	Прирост общего количества участников онлайн-марафонов – 10% или 90 чел. в год; получение дополнительной прибыли в размере 1590 тыс. тенге
Высокая конкурентная среда и вероятность появления на рынке новых конкурентов	Сотрудничество с брендами в рамках развития партнёрских программ: разработка предложения для сотрудничества с известным брендом Almaty Juice	Получение дополнительного источника дохода в форме заработка от партнерских программ в размере 6690 тыс. тенге
Узость товарного ассортимента в условиях активной конкурентной среды	Включение в ассортимент профориентационного марафона и разработка программы проведения карьерного марафона «Мой будущий мир»	Прирост общего количества участников онлайн-марафонов – 240 чел. в год; получение дополнительной прибыли в размере 1700 тыс. тенге

Наибольший чистый экономический эффект принесёт оформление и подписание партнёрских программ с известными брендами, следовательно, в перспективе целесообразно расширять именно это направление.

По данным таблицы 13 определим, как изменятся показатели рентабельности бизнеса ИП «EDUMARATHON».

Таблица 13

Расчет эффективности деятельности  
ИП «EDUMARATHON» на перспективу

Показатели	2023 год	2025 год	Абсолютный прирост	Относительный прирост, %
Денежная выручка, тыс. тенге	52991	74791	21800	41,1
Общие издержки, тыс. тенге	38791	51011	12220	31,5
Прибыль, тыс. тенге	14200	23780	9580	67,5
Рентабельность основной деятельности, %	36,6	46,6	10,0 п.п.	27,3

Рентабельность продаж, %	26,8	31,8	5,0 п.п.	18,7
--------------------------	------	------	----------	------

Денежная выручка увеличится на сумму прироста доходов от всех предлагаемых мероприятий.

Затраты возрастут на величину заработной платы копирайтера, расходы на проведение рекламных мероприятий в рамках реализации сотрудничества по партнёрским программам, а также на включение в ассортимент профориентационных марафонов.

Таким образом, общий прирост денежной выручки в анализируемом периоде может составить 21800 тыс. тенге или 41,1%. При этом величина затрат возрастет на 12220 тыс. тенге или 31,5%. Превышение темпа роста выручки над темпами роста затрат обеспечит существенный прирост прибыли, которая в перспективе возрастет на 9580 тыс. тенге или на 67,5%.

Уровень рентабельности основной деятельности (рентабельности затрат) увеличится на 10,0 процентных пунктов и составит в перспективе 27,3%, а уровень рентабельности продаж возрастёт на 5,0 процентных пунктов, то есть с 26,8 до 31,8%.

В таблице 14 представлены показатели эффективности использования трудовых ресурсов на перспективу.

Таблица 14

Расчет показателей эффективности использования трудовых ресурсов

ИП «EDUMARATHON» на перспективу

Показатели	2023 год	2025 год	Абсолютный прирост	Относительный прирост, %
Производительность труда, тыс. тенге на чел.	8832	10684	1852	21,0
Коэффициент рентабельности использования персонала, %	2367	3397	1030	43,5

Эффективность использования трудовых ресурсов в ИП «EDUMARATHON» в перспективном периоде демонстрирует тенденцию к увеличению. Производительность труда может возрасти на 21%, а коэффициент рентабельности использования персонала на 43,5%.

Следовательно, в случае реализации предложенных мероприятий ИП «EDUMARATHON» сможет повысить эффективность своего бизнеса в сфере проведения онлайн-марафонов.

### ***Список литературы***

1. Боброва О.С. Основы бизнеса: учебник и практикум для вузов / О.С. Боброва, С.И. Цыбуков, И.А. Бобров. – 3-е изд. – М.: Юрайт, 2025. – 369 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/560173/p.19> (дата обращения: 26.05.2025).

2. Беркутова Т.А. Повышение эффективности рыночной деятельности предприятий на основе управления изменениями / Т.А. Беркутова, О.В. Мищенко, Б.А. Якимович // Вестник Удмуртского университета. Серия «Экономика и право». – 2023. – №1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/3MLbBg> (дата обращения: 26.05.2025). DOI 10.35634/2412-9593-2023-33-1-9-20. EDN GWFIAE

3. Белякова М.Ю. Применение интернет-технологий продвижения в коммерческой деятельности предприятий / М.Ю. Белякова, А.О. Зверева // Экономика и бизнес: теория и практика. – 2023. – №11–1 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/3MLbEE> (дата обращения: 26.05.2025).

4. Фомин В.И. Информационный бизнес: учебник и практикум для вузов / В.И. Фомин. – 4-е изд., испр. и доп. – М.: Юрайт, 2025. – 240 с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/557608> (дата обращения: 26.05.2025).

5. Оборин М.С. Региональные тенденции развития потребительских цифровых технологий сферы услуг / М.С. Оборин // Сервис в России и за рубежом. – 2022. – №1 (98) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/3MLbHK> (дата обращения: 26.05.2025).

6. Соснов Ф.Г. Онлайн-платформы в системе современной международной цифровой торговли / Ф.Г. Соснов, А.В. Пасько // E-Management. – 2020. – №1. – С. 63–69. DOI 10.26425/2658-3445-2020-2-63-69. EDN GSTFYT

7. Лылов А.С. Цифровые платформы и их роль в развитии цифровой экономики и цифрового бизнеса / А.С. Лылов, Е.А. Скворцов, Л.И. Баландина // Агропродовольственная политика России. – 2023. – №5–6 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/3MLbMb> (дата обращения: 26.05.2025). DOI 10.35524/2227-0280\_2023\_05-06\_21. EDN NOPPRP

8. Давидян И.Г. Цифровая трансформация сервисных процессов предприятий сферы фитнес-услуг / И.Г. Давидян, Я.В. Шокола // ТТПС. – 2023. – №1 (63) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/3MLbQ3> (дата обращения: 26.05.2025).

---

**Лилимберг Светлана Ивановна** – канд. экон. наук, доцент, профессор кафедры экономики Костанайский филиал ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет», г. Костанай, Республика Казахстан.

**Селезнёва Татьяна Олеговна** – старший преподаватель кафедры экономики Костанайский филиал ФГБОУ ВО «Челябинский государственный университет», г. Костанай, Республика Казахстан.

---