

УДК 339.13

**АНАЛИЗ ФОРМИРОВАНИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ В РОССИЙСКОМ  
EDTECH-СЕКТОРЕ РЫНКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ****Кузнецова А.Р., Яппарова Д.И.***ГАНУ «Институт стратегических исследований Республики Башкортостан»,  
Уфа, e-mail: lalfia\_2009@mail.ru, dilarayapparova@gmail.com*

Объем российского b2c-рынка онлайн-образования достиг 38,5 млрд руб. при среднегодовых темпах роста на уровне 20%. Треть этого объема распределяется среди 35 крупнейших EdTech-компаний России. Крупнейшие частные российские EdTech-компании, предоставляющие услуги в области профессионального образования, делятся на три основные группы: компании с широким выбором digital- и управленческих профессий; компании, специализирующиеся на конкретных отраслях (МВА, менеджмент; бьюти-индустрия; категории ПО; Data Science и аналитика); компании, специализирующиеся на курсах повышения квалификации и переподготовки по широкому кругу профессий с выдачей диплома государственного образца. Успешные образовательные продукты на российском EdTech-сегменте рынка профессионального образования имеют следующие общие признаки: короткий срок обучения (не более двух лет); отсутствие необходимости личного общения и иного рода личных взаимодействий; отсутствие необходимости использования специфического оборудования; соответствие общеизвестным трендам в сфере информационных технологий; возможность индивидуального получения знаний и навыков; возможность обучения короткими итерациями во вне рабочее время; отсутствие конкурентоспособной альтернативы со стороны большинства классических организаций высшего и среднего профессионального образования; низкий формальный порог вхождения в профессию; прикладной характер, быстрый возврат инвестиций в образование; относительно высокая заработная плата на нижних ступенях; высокий спрос со стороны обучающихся.

**Ключевые слова:** образование, онлайн-образование, EdTech, рынок образовательных услуг**ANALYSIS OF SUPPLY FORMATION IN THE RUSSIAN EDTECH-SEGMENT  
OF THE PROFESSIONAL EDUCATION MARKET****Kuznetsova A.R., Yapparova D.I.***Institute for Strategic Studies of the Republic of Bashkortostan, Ufa,  
e-mail: alfia\_2009@mail.ru, dilarayapparova@gmail.com*

The volume of the Russian b2c market for online education reached 38.5 billion rubles with an average annual growth rate of 20%. A third of this volume is distributed among the 35 largest EdTech companies in Russia. The largest private Russian EdTech companies that provide professional education services are divided into three main groups: companies with a wide range of digital and management professions; companies specializing in specific industries (MBA, management; Beauty industry; software categories; Data Science and analytics); companies specializing in refresher courses and retraining in a wide range of professions with the issuance of a state diploma. Successful educational products in the Russian EdTech segment of the vocational education market have the following common features: short training period (no more than 2 years); no need for personal communication and other types of personal interactions; no need to use specific equipment; compliance with well-known trends in the field of information technology; the possibility of individual acquisition of knowledge and skills; the possibility of training in short iterations outside of working hours; lack of a competitive alternative on the part of most classical institutions of higher and secondary vocational education; low formal threshold for entering the profession; applied nature, quick return on investment in education; relatively high wages at lower levels; high demand from students.

**Keywords:** education, online education, EdTech, educational services market

С развитием научно-технического прогресса применение новых технологий в сфере образования становится все более актуальным. По оценкам экспертов объем российского b2c-рынка онлайн-образования достиг 38,5 млрд руб. при среднегодовых темпах роста на уровне 20% [1, с. 40]. Треть этого объема распределяется среди 35 крупнейших EdTech-компаний России [2], среди которых существенная часть объема продаж приходится на компании, оказывающие услуги в сфере профессионального образования. Формирование предложения со стороны EdTech-компаний в этой сфере, в частности выбор профессий обуче-

ния (ассортимента услуг образовательной организации), подвержено влиянию внешних факторов. Выявление, систематизация и учет этих факторов при создании новых EdTech-продуктов позволит снизить рыночные риски, повысить качество оказываемых образовательных услуг, а также обеспечить более эффективное взаимодействие между представителями рынка онлайн-образования и рынка труда, что с учетом эпидемиологического кризиса, связанного с пандемией коронавируса (COVID-19), особенно актуально.

Цель исследования: выявление и классификация факторов, влияющих на формиро-

вание предложения в российском EdTech-сегменте рынка профессионального образования.

#### Материалы и методы исследования

Исследование основано на данных Федеральной службы государственной статистики, исследований российского рынка онлайн-образования, а также данных ежегодных статистических сборников, публикуемых НИУ Высшая школа экономики. В процессе исследования осуществлен анализ научных публикаций по вопросам развития EdTech-рынка в России и за рубежом Б.Е. Токарева, Р.Б. Токарева, А.М. Магамедова, Т.Ю. Кротенко; по актуальным вопросам проблем онлайн-образования – публикации Н.В. Кузнецова, Н.А. Зайцевой, Г.В. Сориной, Н.О. Бороздиной; по вопросам проблем развития рынка образования России – работы А.Р. Кузнецовой, О.В. Мельниковой, Н.Н. Березки и других ученых. В ходе исследования использованы логические умозаключения, системный и статистический анализ.

#### Результаты исследования и их обсуждение

Крупнейшими частными российскими EdTech-компаниями, самостоятельно оказывающими услуги в сфере профессионального образования (т.е. не являющиеся посредниками между конечными потребителями и организациями высшего/среднего профессионального образования) являются: «Нетология-групп» (выручка за 2018 г. – 780 млн руб.), SkillBox (540 млн руб.), GeekBrains (480 млн руб.), «Инфоурок» (246 млн руб.), City Business School (207 млн руб.), Sikorsky Academy (145 млн руб.), HTML Academy (101 млн руб.), Skill Cup (94 млн руб.), Otus (80 млн руб.), SkillFactory (61 млн руб.). В перечень не включены международные проекты, а также проекты государственных организаций и вузов.

Три крупнейшие частные компании («Нетология-групп», SkillBox, GeekBrains) имеют ярко выраженную направленность в сторону профессий, так или иначе связанных с информационными технологиями или управлением. Предлагаемые этими компаниями широкие группы профессий совпадают на 80% (все три компании предлагают профессии в таких группах, как «Маркетинг», «Бизнес и управление», «Дизайн и UX», «Программирование» и «Аналитика»).

Профессии с наиболее коротким по продолжительности обучением, представленные тройкой российских EdTech-лидеров:

ландшафтный дизайнер (2 недели), видео-маркетолог (3 мес.), контент-маркетолог (3 мес.), бизнес-аналитик (3 мес.); наиболее длительные по продолжительности обучения профессии: разработчик мобильных приложений (24 мес.), специалист по кибербезопасности (24 мес.), WEB-разработчик (24 мес.), интернет-маркетолог (24 мес.). В промоматериалах компании позиционируют подобное обучение как необходимый и достаточный минимум знаний и навыков для успешного трудоустройства и быстрого старта в профессии.

Одной из важных особенностей частного онлайн-образования является отсутствие необходимости прохождения множества бюрократических процедур (аккредитация, соответствие ФГОС и пр.). С одной стороны, это снижает входные барьеры в отрасль и ведет к появлению образовательных продуктов низкого качества [3, с. 66]. С другой стороны, эта особенность позволяет EdTech-компаниям быстро создавать и запускать образовательные продукты, которые соответствуют потребностям клиентов и рынка труда. EdTech-компании постоянно тестируют гипотезы относительно успешности и востребованности тех или иных образовательных продуктов. Профессии, которые не пользуются спросом со стороны рынка труда и со стороны обучающихся, исчезают из ассортимента лидеров рынка, уступая место более востребованным и актуальным продуктам.

Проанализируем устоявшийся ассортимент предлагаемых лидерами российского EdTech-рынка профессий. 50% компаний-лидеров являются отраслевыми, т.е. занимаются обучением профессиям в рамках конкретной отрасли: City Business School – MBA, менеджмент; Sikorsky Academy – бьюти-индустрия (косметология, массаж, парикмахерское дело), HTML Academy и Otus – разработка ПО, SkillFactory – Data Science и аналитика. Остальные компании (за исключением компании «Инфоурок») имеют более широкий выбор профессий, но все равно так или иначе связаны с информационными технологиями или менеджментом. Причем наибольший объем продаж приходится именно на компании, имеющие широкий ассортимент digital-профессий – «Нетология-групп», SkillBox, GeekBrains.

«Инфоурок» специализируется на онлайн-курсах повышения квалификации и профессиональной переподготовки по очень широкому спектру направлений (от агронома до системного аналитика), охватывая в том числе специфический сегмент, для представителей которого основной целью зачастую является не получение новых

знаний и навыков, а получение диплома о прохождении курса повышения квалификации и профессиональной переподготовки.

На наш взгляд, устоявшийся ассортимент предлагаемых лидерами рынка профессий в силу естественных рыночных причин является списком профессий, наиболее подходящих для реализации в онлайн-формате и характеризующихся максимальным платежеспособным спросом как со стороны учащихся, так и со стороны представителей рынка труда. В связи с этим представляется целесообразным провести анализ основных общих признаков образовательных продуктов, предлагаемых лидерами российского EdTech-рынка в сфере профессионального образования (таблица).

*Короткий срок обучения* – не более 2 лет. Большая часть предлагаемых указанными компаниями образовательных продуктов предполагает 6–12 месяцев онлайн-обучения. Срок обусловлен двумя факторами: необходимость получения конкурентного преимущества перед классическим высшим образованием и быстрой скоростью развития используемых в преподаваемых дисциплинах технологий.

*Отсутствие необходимости личного общения и иного рода личных взаимодействий* [4, с. 12]. Профессии, связанные с личным общением сложнее «оцифровать», так, например, обучиться профессиям «project-менеджер» и «product-менеджер»,

непосредственно связанным с общением и управлением людьми и процессами, в компании «Нетология» можно только очно (хотя компании-конкуренты предлагают аналогичные программы в онлайн-формате).

*Отсутствие необходимости использования специфического оборудования.* Онлайн-образование зачастую подразумевает, что для успешного учебного процесса обучающемуся достаточно иметь лишь компьютер с доступом в интернет (а в случае с платформой мобильного корпоративного обучения Skill Cup – достаточно смартфона). В том числе этим фактором обусловлен уклон компаний-лидеров в сторону digital-профессий. Отметим, что в случае с отраслевыми компаниями могут быть исключения, например обучение Sikorsky Academy подразумевает, что обучающийся имеет определенные профессиональные инструменты.

*Соответствие общеизвестным трендам в сфере информационных технологий.* Выбор ассортимента профессий в соответствии с популярными трендами на рынке информационных технологий (осуществляемый зачастую вне зависимости от соответствия популярности тренда реальным потребностям рынка труда) позволяет компаниям экономить маркетинговый бюджет на продвижение профессии, сосредоточившись на продвижении собственной программы обучения для уже известной и актуальной профессии.

Соответствие ассортимента предлагаемых лидерами российского EdTech-рынка профессий общим признакам успешных образовательных онлайн-продуктов

Признак	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Короткий срок обучения (не более двух лет)	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Отсутствие необходимости личного общения и иного рода личных взаимодействий	+/-	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Отсутствие необходимости использования специфического оборудования	+/-	+/-	+/-	-	+	-	+	+	+	+
Соответствие общеизвестным трендам в сфере информационных технологий	+	+	+	-	-	-	-	+	+	+
Возможность индивидуального получения знаний и навыков	+/-	+/-	+/-	+	+/-	+	+	+	+	+
Возможность обучения короткими итерациями во вне-рабочее время	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Отсутствие конкурентоспособной альтернативы со стороны большинства классических организаций высшего и среднего профессионального образования	+/-	+/-	+/-	-	-	-	+/-	-	+/-	+/-
Низкий формальный порог вхождения в профессию	+	+	+	-	-	+	+	+/-	+	+
Прикладной характер, быстрый возврат инвестиций в образование	+	+	+	-	+	+/-	+/-	+	+	+
Относительно высокая заработная плата на нижних ступенях	+	+	+	-	-	-	+	+	+	+
Высокий спрос со стороны обучающихся	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Примечание. 1 – «Нетология-групп», 2 – SkillBox, 3 – GeekBrains, 4 – «Инфоурок», 5 – City Business School, 6 – Sikorsky Academy, 7 – HTML Academy, 8 – Skill Cup, 9 – Otus, 10 – SkillFactory.

Так, сегодня 7 из 10 компаний-лидеров российского EdTech-рынка предлагают обучение профессиям в области Data science и аналитики данных.

*Возможность индивидуального получения знаний и навыков.* Особенности онлайн-обучения налагают на учебный процесс значительные ограничения в плане коллективной работы обучающихся, в связи с этим наиболее предпочтительными для EdTech-компаний остаются профессии, в которых возможно эффективное индивидуальное обучение, не требующее постоянной работы в команде.

*Возможность обучения короткими итерациями во вне рабочее время.* На данный момент компании – лидеры российского EdTech-рынка по большей части нацелены на работу с взрослыми людьми, что накладывает определенные ограничения на организацию образовательного процесса [5, с. 38]. Как правило, взрослые люди не могут уделять обучению большую часть рабочего дня в связи занятостью на основном месте работы. Чаще всего образовательный процесс профессиональных онлайн-курсов подстраивается под целевую аудиторию, либо полностью отвязывая обучающихся от расписания, оставляя лишь определенные дедлайны (крайние сроки выполнения заданий, контрольные точки), либо проводя онлайн-часть обучения в нерабочее время и в выходные дни (прямые трансляции).

*Отсутствие конкурентоспособной альтернативы со стороны большинства классических организаций высшего и среднего профессионального образования.* Большая часть профессий из ассортимента компаний-лидеров российского EdTech-рынка не имеет прямых аналогов в большинстве российских государственных вузов: высшее образование уступает либо по срокам, либо по стоимости, либо по качеству и актуальности учебной программы [6, с. 24], а чаще всего вузы и вовсе не имеют аналогичных профилей обучения в своем ассортименте [7, с. 141]. Подробнее проблемы тенденции и проблемы развития российской системы образования раскрыты в работе А.Р. Кузнецовой, Р.З. Саитовой, А.И. Ахметьяновой [8] и Д.И. Яппаровой [9].

*Низкий формальный порог вхождения в профессию.* Практически все упомянутые компании имеют в ассортименте значительное число профессий, занимающих особое место на современном рынке труда: для этих профессий работодатели не требуют от соискателей профильного высшего образования. Причем это не только российская, но и общемировая тенденция –

еще в 2018 г. Google, Apple, Ernst & Young, Starbucks и ряд других крупных зарубежных компаний заявили, что по многим позициям они более не требуют от соискателей наличия диплома о высшем образовании [10].

*Прикладной характер, быстрый возврат инвестиций в образование.* EdTech-компаниям предлагают обучение профессиям, имеющим максимально прикладной характер и короткий адаптационный период для того, чтобы обучающийся мог максимально быстро начать зарабатывать и окупить вложенные в обучение деньги. Профессии с долгим периодом окупаемости затрат на обучение значительно менее популярны и практически отсутствуют в ассортименте лидеров отрасли.

*Относительно высокая заработная плата даже на нижних ступенях.* По большей части российский EdTech-рынок сосредоточен вокруг профессий, которые обеспечивают относительно высокую заработную плату даже неопытным специалистам. Такая ситуация в digital-профессиях зачастую обусловлена следующими факторами:

– дефицит кадров в новых, развивающихся отраслях, возникающий из-за того, что вузы пока еще не готовят нужных специалистов в массовом порядке;

– digital-профессии дают возможность претендовать на позиции в крупных зарубежных компаниях, где доход в рублевом эквиваленте значительно выше;

– digital-профессии дают возможность работать с зарубежными заказчиками в индивидуальном порядке и получать доход в долларах США или евро;

– digital-профессии (например, в программировании) обеспечивают понятную профессиональную траекторию с хорошо прогнозируемым ростом заработной платы в зависимости от квалификации (junior-, middle-, senior-разработчик).

В связи с вышесказанным на данные профессии существует устойчивый спрос как среди тех, кто только выбирает профессиональную траекторию (молодые люди), так и среди тех, кто хочет сменить профессию (взрослые люди).

### Заключение

Предложения российского EdTech-сегмента рынка профессионального образования достаточно однородны, однако среди лидеров можно выделить три основных направления: компании с широким выбором digital- и управленческих профессий («Нетология-групп», SkillBox, GeekBrains); компании, специализирующиеся на конкретных отраслях (City Business School – MBA, менеджмент; Sikorsky Academy –

бьюти-индустрия (косметология, массаж, парикмахерское дело), HTML Academy и Otus – разработка ПО, SkillFactory – Data Science и аналитика); компании, специализирующиеся на курсах повышения квалификации и переподготовки по широкому кругу профессий с выдачей диплома государственного образца («Инфоурок»).

Анализ показал, что успешные образовательные продукты на российском EdTech-сегменте рынка профессионального образования имеют следующие общие признаки: короткий срок обучения (не более двух лет); отсутствие необходимости личного общения и иного рода личных взаимодействий; отсутствие необходимости использования специфического оборудования; соответствие общеизвестным трендам в сфере информационных технологий; возможность индивидуального получения знаний и навыков; возможность обучения короткими итерациями во вне рабочее время; отсутствие конкурентоспособной альтернативы со стороны большинства классических организаций высшего и среднего профессионального образования; низкий формальный порог вхождения в профессию; прикладной характер, быстрый возврат инвестиций в образование; относительно высокая заработная плата на нижних ступенях; высокий спрос со стороны обучающихся.

В связи с этим для формирования успешного образовательного онлайн-продукта предполагается целесообразным обе-

спечить соответствие выбранного направления указанным признакам.

### Список литературы

1. Исследование российского рынка онлайн-образования и образовательных технологий. EdMarket.Digital. [Электронный ресурс]. URL: <http://edumarket.digital> (дата обращения 06.12.2020).
2. 35 крупнейших EdTech-компаний России: рейтинг РБК. Экономика и образование на РБК Тренды. [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education/5d68e8fb9a7947360f1e2e52> (дата обращения 06.12.2020).
3. Кротенко Т.Ю. Проблемы и возможности системы электронного обучения // Вестник ГУУ. 2020. № 5. С. 65–69.
4. Сорина Г.В. Современное образовательное пространство: взаимодействие между онлайн- и офлайн-образованием // Ценности и смыслы. 2019. № 3. С. 6–21.
5. Токарев Б.Е., Токарев Р.Б. Анализ состояния и перспектив рынка образовательных технологий в России // Практический маркетинг. 2020. № 4 (278). С. 37–43.
6. Кузнецов Н.В. Онлайн-образование: ключевые тренды и препятствия // E-Management. 2019. № 1. С. 19–24.
7. Магомедов А.М. Проблемы и тенденции развития цифрового образования // Педагогика и просвещение. 2019. № 2. С. 134–141.
8. Кузнецова А.Р., Саитова Р.З., Ахметьянова А.И. Основные тенденции развития системы образования в Российской Федерации // Фундаментальные исследования. 2017. № 2. С. 153–158.
9. Яппарова Д.И. Анализ тенденций снижения реального спроса на рынке высшего образования // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2019. № 6 (150). С. 176–180.
10. 15 More Companies That No Longer Require a Degree—Apply Now. Сайт поиска работы и работников, онлайн-рекрутмент. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.glassdoor.com/blog/no-degree-required> (дата обращения 06.12.2020).