



ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА ОНЛАЙН- ОБРАЗОВАНИЯ



Партнеры
исследования:



АГЕНТСТВО
ИННОВАЦИЙ
ГОРОДА
МОСКВЫ



Вступление

В 2017 году команда EdMarket.Digital провела первое системное исследование российского рынка онлайн-образования. Тогда мы получили обратную связь от игроков индустрии и независимых экспертов и убедились, что работу надо продолжать. Отечественный EdTech нуждается в общих координатах. Мы надеемся, что наши исследования помогут многим компаниям более системно подходить к работе на рынке онлайн-образования.

С момента публикации первого исследования прошло три года. Значительная часть прогнозов, которые мы делали в нем, исполнились, особенно это касается количественного роста отрасли. Также стало очевидно, что за 3 года рынок значительно изменился: появились новые бизнес-направления, возникли интересные сценарии развития, неочевидные ранее. А значит пришло время для нового исследования.

Документ, который мы предлагаем вашему вниманию, не апдейт отчета 2017 года, а полноценное и самостоятельное исследование. В первой главе вы найдете небольшой анализ глобального рынка онлайн-образования, но основная часть документа посвящена изучению российского EdTech. От крупных штрихов — общие тренды, общеэкономическая характеристика — до финансовой оценки отдельных сегментов и ниш. Отдельно нам было важно отметить государственные инициативы в EdTech и проанализировать инвестиционную среду российского рынка онлайн-образования.

Критерии нашей работы и её инструментарий описаны в блоке «Методология исследования».

Познавательного чтения!

Команда Edmarket.Digital

Права на использование контента

Все части и версии исследования распространяются открыто и бесплатно и не могут быть использованы в коммерческих целях третьими сторонами. При упоминании любых фактов и данных из документа, за исключением взятых нами, в свою очередь, из других источников, мы просим лишь указывать название документа со ссылкой на сайт проекта: «Исследование российского рынка онлайн-образования» <http://research.edmarket.ru/>

То же касается цитирования экспертов, опрошенных нами для исследования, графиков и других иллюстративных материалов. По любым вопросам, связанным с использованием нашего контента, пишите координатору проекта по адресу research@edmarket.ru

Партнеры исследования

GETCOURSE



АГЕНТСТВО
ИННОВАЦИЙ
ГОРОДА
МОСКВЫ



Яндекс Касса

R **RUSBASE**

A **PARTNERS**
an investment firm

MBM.MOS МАЛЫЙ БИЗНЕС
МОСКВЫ

O T U S
ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЕ



MAXIMUM
EDUCATION



EdTech Акселератор

Лекториум



Максим Спиридонов

Сооснователь и генеральный директор образовательного холдинга «Нетология-групп»

С момента нашего первого полномасштабного исследования рынка онлайн-образования прошло всего три года. А накопившихся за это время изменений хватит на десятилетие.

Онлайн-сегмент окончательно признан всеми участниками рынка. Инвесторы, образовательные организации и, что самое главное, пользователи рассматривают онлайн-обучение как естественную альтернативу офлайну.

Всё большую роль в образовании играют данные. Педагогические дизайнеры, методологи, продюсеры рассуждают в категориях метрик результативности и пробуют использовать Big Data, что означает эксперименты, а также боевое использование самообучающегося искусственного интеллекта. Согласитесь, это символично: самообучающийся искусственный интеллект помогает обучаться человеку.

В EdTech пришли большие деньги и начались мега-раунды на сотни миллионов долларов. Вместе с ними в отрасли намечаются фундаментальные сдвиги. Если так пойдет и дальше, то лидерство не только по суммам инвестиций и объему пользовательской активности, но и по масштабу инноваций может перейти от США и Великобритании к Китаю и Индии.



С точки зрения бизнеса, 2019 год стал годом пикового ажиотажа вокруг онлайн-образования. В чем-то отрасль выиграла от повышенного внимания. Но с ажиотажем неизбежно приходят случайные люди с краткосрочной финансовой мотивацией. Их деятельность влияет на рынок. И это тоже часть сегодняшнего ландшафта.

Во многих сегментах образовательного рынка резко выросла конкуренция между образовательными проектами. Как следствие, очевиден спрос на квалифицированных специалистов EdTech-рынка и дефицит таких специалистов. Уменьшить этот дефицит — одна из миссий проекта «Нетологии-групп» EdMarket.

Одним словом, то, что происходит на рынке сегодня, очень пестро, разнообразно и невероятно интересно. И задачей исследования было дать максимально полный и в тоже время компактный срез текущего момента и показать главные тенденции EdTech, которые, по нашему мнению, определяют будущее онлайн-образования страны и мира.





Андрей Митюков

Управляющий партнер
IT-холдинга TalentTech

В обозримом будущем срок нашей творческой жизни значительно увеличится, мы будем профессионально активны в диапазоне 15-75 лет. Благодаря развитию технологий, цифровизации мира и установлению прочной связи образования и карьеры мы сможем стремительно получать новые навыки и даже новые профессии, переквалифицироваться нужное количество раз и постоянно повышать собственную ценность.

Технологии уже сейчас помогают определять уровень компетенций и навыков и понимать, какие именно знания нужно точно «добрать» на онлайн-курсах и вебинарах, чтобы остаться востребованным и высокооплачиваемым профессионалом.

В горизонте 10-15 лет дипломы и резюме в привычном понимании потеряют свою значимость, работодатели будут смотреть на набор навыков, который есть у человека. У каждого будет цифровой след и цифровое портфолио, а также прозрачность в понимании того, какие навыки нужны на рынке труда и у кого из соискателей они есть.

Самым простым, быстрым и эффективным способом получить новые навыки и встроиться в стремительно меняющуюся реальность будет именно онлайн-образование, а искусственный интеллект сможет анализировать цифровой след и подсказывать, как человеку создать свой собственный образовательный трек, который повысит его ценность как специалиста.

Оглавление

Часть 1. Мировой контекст: краткий обзор зарубежного EdTech	10
Общая оценка рынка	11
Лидеры на мировом рынке онлайн-образования	13
Основные группы образовательных онлайн-проектов	21
Тренды мирового рынка онлайн-образования	22
Инвестиции на мировом рынке онлайн-образования	32
Значимые сделки 2018-2019 гг.	35
Основные выводы	37
Часть 2. Российский рынок онлайн-образования	39
Общая оценка рынка	40
Тренды российского рынка онлайн-образования	42
Инвестиции в российский EdTech	45
Значимые сделки 2017–2019 гг.	48
Инвестиции: тенденции и факты	49
Сценарии развития российского рынка онлайн-образования	53
Акселераторы как одна из опор будущего EdTech	59
Актуальные инвестиционные инициативы	61
Основные выводы	63

Оглавление

Часть 3. Обзор отдельных сегментов российского рынка образования	64
Дошкольное образование	65
Общее среднее образование	70
Дополнительное школьное образование	75
Высшее профессиональное образование	80
Среднее профессиональное образование	91
Часть 4. Рынок дополнительного образования взрослых	93
Общая оценка рынка	94
Крупнейшие сегменты рынка	103
Обучение современным профессиям и навыкам	108
«Мягкие» навыки: хобби, досуг, техники личностного и духовного роста	111
«Мягкие ниши» на рынке онлайн-обучения взрослых: тренды и экспертные оценки	118
Рынок дополнительного профессионального обучения взрослых: экспертные оценки	119
Дополнение. Исследование аудитории дополнительного онлайн-образования для взрослых (лето-2019): портрет, финансы, предпочтения	124
Основные выводы	129
Часть 5. Государственное регулирование образования	131
Государственная программа «Развитие образования»	132
Государственная программа «Цифровая экономика»	138
Методология исследования	142

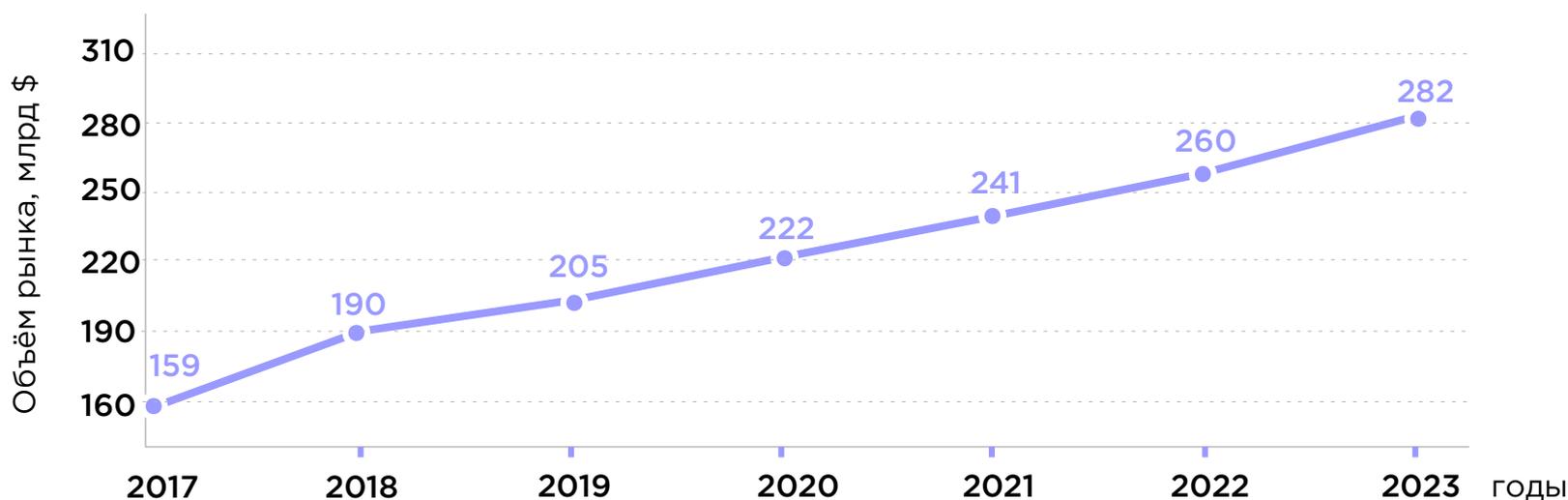
Часть 1. Мировой контекст: краткий обзор зарубежного EdTech

Общая оценка рынка

Мировой рынок онлайн-образования к 2023 году обещает взять планку \$282,62 млрд. По оценке Global Market Insights, в 2017 году он измерялся суммой \$159 млрд, в 2018-м — \$190 млрд, в 2019-м — \$205 млрд.

Его среднегодовой темп прироста в ближайшие 5-7 лет, по разным прогнозам, составит 7-10% (в глобальных отчётах берут усреднённый показатель с поправкой на то, что рост индустрии неравномерен).

Объём мирового рынка онлайн-образования



Для годов с 2019 по 2023-ий даны расчётные значения при среднегодовом приросте на уровне 8,2%.

[EdTechXGlobal, Global Market Insights, Education International, экспертные оценки]

ОБЩАЯ ОЦЕНКА РЫНКА

Весь мировой рынок образования в 2019 году измерялся суммой \$6,5 трлн (расчётный показатель к 2025 году — \$8 трлн, к 2030-му — \$10 трлн). Мы видим, что прогноз, приведённый в исследовании Edmarket.Digital-2017, оправдался. На цифровизированную часть рынка сейчас приходится до 4% от его совокупного объёма.

Как и прогнозировалось в 2017 году, онлайн-сегмент показывает планомерный рост, и существенных колебаний вверх или вниз ожидать не стоит.

[EdTechXGlobal, Global Market Insights, HolonIQ, Education International, Statistics MRC]

Структура мирового рынка образования к 2030 г.



- 25% - Высшее / профессиональное (Post Secondary)
- 55% - Школьное (K-12)
- 8% - Lifelong learning
- 8% - Дошкольное образование (Pre-K)
- 6% - Корпоративное (Corporate)

Источники: HolonIQ, Goldman Sachs, GSV, IBIS Capital, Citi

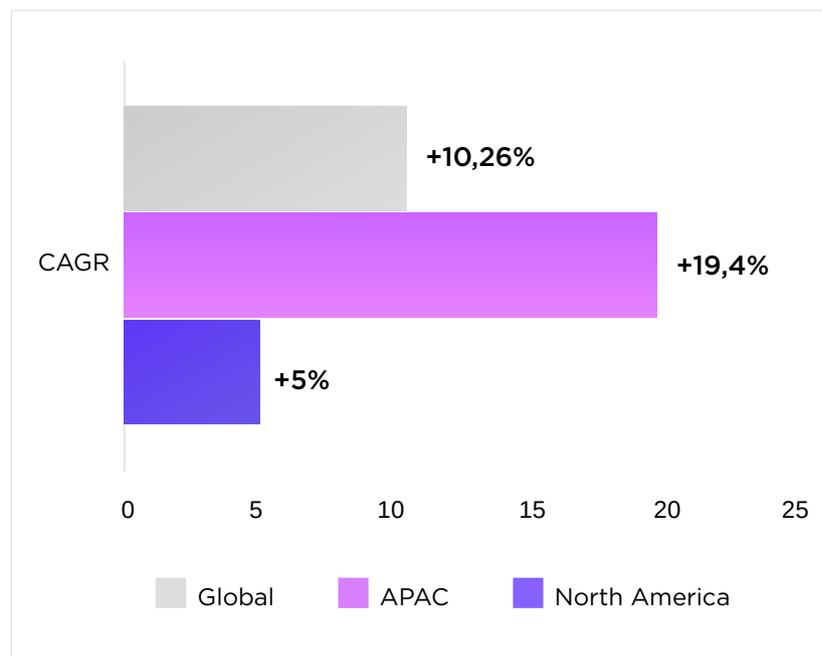
Лидеры на мировом рынке онлайн-образования

Наиболее крепкие и выигрышные позиции в глобальной индустрии EdTech у США, стран Азиатско-Тихоокеанского региона (АРАС) и Латинской Америки. В 2020 году, предположительно, на АРАС будет приходиться 54% всего международного рынка онлайн-образования.

По мнению экспертов, на отрезке 2019–2024 гг. по темпам среднегодового роста в онлайн-образовании будет лидировать также Азиатско-Тихоокеанский регион: +19,40% против +10,26% CAGR в среднем по миру. Отметим, что увеличение доли региона от общей величины рынка происходило планомерно на протяжении 2010-х. [EdTechXGlobal, HolonIQ, Global Industry Analysts, Docebo, GSV Advisors, Global Market Insights]

Если в 2016 году доля США от всего рынка составляла 50–55% (при 23–24% у АРАС) [Docebo, Global Market Insights], то в 2017 году она «просела» до 43%, а по итогам 2018 года уменьшилась до 40%.

Причина — в замедлении темпов роста североамериканского рынка EdTech как наиболее зрелого среди мировых (+5% в год на отрезке 2017–2022 гг. против, например, 14% у европейского региона). Кроме того, укрепляются позиции развивающихся рынков, в первую очередь, китайского.



ЛИДЕРЫ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ

Как наиболее развитый в глобальном масштабе, американский рынок если не достиг насыщения, то как минимум стабилизировался. Тому есть несколько причин. Во-первых, как никогда остра конкуренция (в США насчитывается свыше 2 тыс. EdTech-продуктов), которая вынуждает компании снижать цены. Во-вторых, важный фактор роста рынка — проникновение онлайн-бизнеса на территорию формального образования, что сопряжено с трудностями в монетизации образовательных продуктов и услуг. В-третьих, на зрелых рынках рост всегда даётся большей ценой, так как требует инноваций и крупных инвестиций.

[Global Market Insights, Technavio].

В числе самых заметных игроков в международном масштабе сегодня отметим: Age of Learning, BlackBoard Learn, Byju's, ClassDojo, Classteacher Learning Systems, Coursera, Docebo, K12 Inc., Knowbox, LinkedIn Learning, McGraw-Hill Education, Pearson, Udacity, Yuanfudao, 17zuoye.

[Technavio, CBInsights, HolonIQ]

В мировой индустрии онлайн-образования выделяются крупнейшие центры притяжения. К середине 2018 года топ-6 главных для рынка локаций выглядел следующим образом (список в порядке убывания «отраслевого веса»): Пекин, район залива Сан-Франциско (Bay Area), Нью-Йорк, Бостон, Лондон, Шанхай.

Стоит отметить, что, согласно обзору Navitas, крупнейшие игроки онлайн-образования в Китае сосредоточены в направлениях обязательного и дополнительного школьного образования и обучения английскому и зачастую локализованы на родном рынке, тогда как в Штатах фокус успешных игроков — на life-long learning и высшем образовании, а стремятся сервисы преимущественно к глобальной экспансии.

[Navitas]

Среди наиболее примечательных EdTech-стартапов отметим следующие:

Пекин:	Район залива Сан-Франциско:	Нью-Йорк:
17Zuoye, GaosiEducation Group, VipKid, Yuanfudao, Zuoyebang	ClassDojo, Clever, Coursera, LeapFrog	Codecademy, Scholastic, Knewton, Noodle
Бостон:	Лондон:	Шанхай:
Ascend Learning, Curriculum Associates, HotChalk	Biblio, Busuu, Kano, Memrise, Pearson	iTutor Group, Qingqing Jiajiao, Xuebajun, Zhan (Xiaozhan)



Данная информация представлена партнером исследования
Агентством инноваций Москвы **EdTech: перспективные направления развития, 2019**

Китайский рынок EdTech

По подсчётам Агентства инноваций Москвы на основе данных Crunchbase о 200 крупнейших компаниях не старше десяти лет по величине полученных ими инвестиций, активный рост китайского рынка EdTech начался в 2014 году, и уже в 2019-м на компании из Китая пришлось более 40% от общего объёма всех крупнейших венчурных инвестиций в глобальный рынок EdTech. На сентябрь 2019 года 80% компаний EdTech с самой высокой капитализацией были китайскими [TechCrunch, [Агентство инноваций Москвы](#)]. В текущий топ-3 китайских компаний по объёму привлечённых инвестиций входят VIPKID, 17zuoye, Yuanfudao.





Крупнейшие EdTech-компании мира («единороги»)





Абсолютное большинство проинвестированных китайских игроков как по объёму, так и по количеству сделок, — это компании, предлагающие решения для изучения предметов школьной программы. На втором месте, пусть и с большим отрывом от первого, находятся решения для изучения английского языка*. В 2018-2019 годах инвесторы точно вкладывали в продукты по созданию учебных курсов и управлению учебным процессом.

Объём инвестиций в китайские стартапы, по функциональным направлениям, млн \$

ИЗУЧЕНИЕ	2195,99	64,5%
Программы, синхронизированные с учебным планом	1647,67	48,4%
Программы, не связанные с учебным планом	518,42	15,2%
Программы для специалистов, желающих повысить квалификацию или получить новую профессию	29,9	0,9%
ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ	1041	30,6%
УПРАВЛЕНИЕ	73,3	2,2%
Управление учебным процессом	41,3	1,2%
Формирование образовательной траектории	32	0,9%
ПРОВЕРКА ЗНАНИЙ И КОМПЕТЕНЦИЙ	70,7	2,1%
СОЗДАНИЕ	14,8	0,4%
МУЛЬТИГРУППА**	8,95	0,3%
Общий итог	3404,74	100,0%

* Основанием для классификации компаний служила информация о целевом направлении предоставляемых ими образовательных услуг.

** В мультигруппу вошли стартапы, предлагающие продукты разных функциональных направлений, например, создание контента и управление.



Краткая справка о лидерах китайского рынка K-12 и онлайн-обучения английскому языку — Yuanfudao и Liulishuo



Yuanfudao — стартап, основанный в 2012 году, предлагает различные продукты для школьников: онлайн-курсы (основной генератор выручки), базу данных основных проблем, возникающих на экзаменах, и приложение для помощи с домашней работой. В основе последнего лежит технология искусственного интеллекта: приложение сканирует задание, распознаёт проблему и предлагает наиболее подходящее решение. Для обучения и совершенствования алгоритма у стартапа есть отдельный исследовательский институт. К 2020 году стартап в ходе нескольких раундов привлёк \$544,2 млн от крупных интернет-компаний и венчурных фондов Китая и США. По данным компании, у неё на текущий момент более 200 млн пользователей.



Краткая справка о лидерах китайского рынка K-12 и онлайн-обучения английскому языку — Yanfundao и Liulishuo

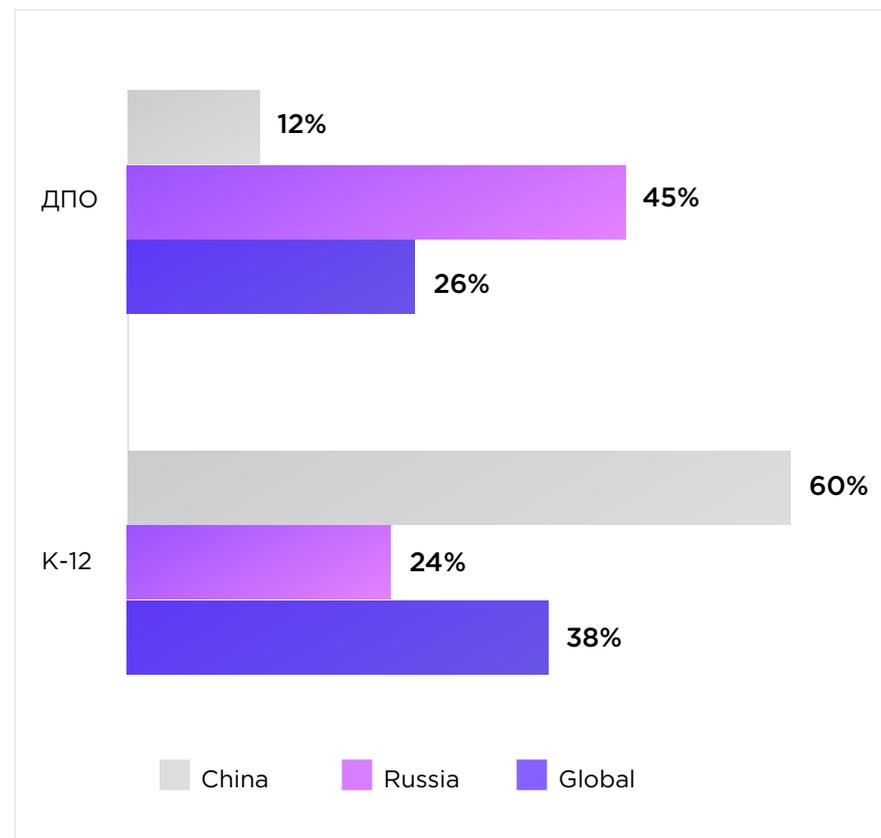


Liulishuo — приложение для изучения английского языка с использованием технологий автоматического распознавания речи, обработки естественного языка и адаптивного обучения (Adaptive Learning Systems), которое разработано с учётом особенностей обучающихся, для которых родным языком является китайский. Упор делается на развитие навыков понимания на слух и устной речи, а затем уже чтения и письма. Эффективность обучения подтверждается Британским советом. По количеству пользователей — 40 млн — компания является лидером на рынке.





Сейчас 60% китайских EdTech-компаний работают на рынке школьного и дополнительного школьного образования (для сравнения: для глобального рынка в целом — 38%, в России — не менее 24%), и только 12% предлагают программы дополнительного профессионального образования (для сравнения: для глобального рынка аналогичный показатель составляет 26%, для российского — не менее 45%). Китайский EdTech — это прежде всего рынок b2c-продуктов. 60% всех китайских компаний предоставляют b2c-решения, тогда как, например, в Штатах доля сектора b2c от рынка EdTech, по подсчётам Агентства инноваций Москвы, измеряется только 31%*. В моделях монетизации предпочтение отдаётся плате за отдельные курсы, а не за короткие единицы контента или подписку.



* Однако отмечаем, что 35% американских Edtech-компаний реализуют «гибридную» бизнес-модель b2c/b; на долю чистого b2b приходится лишь 31% рынка, еще 3% - на p2p.

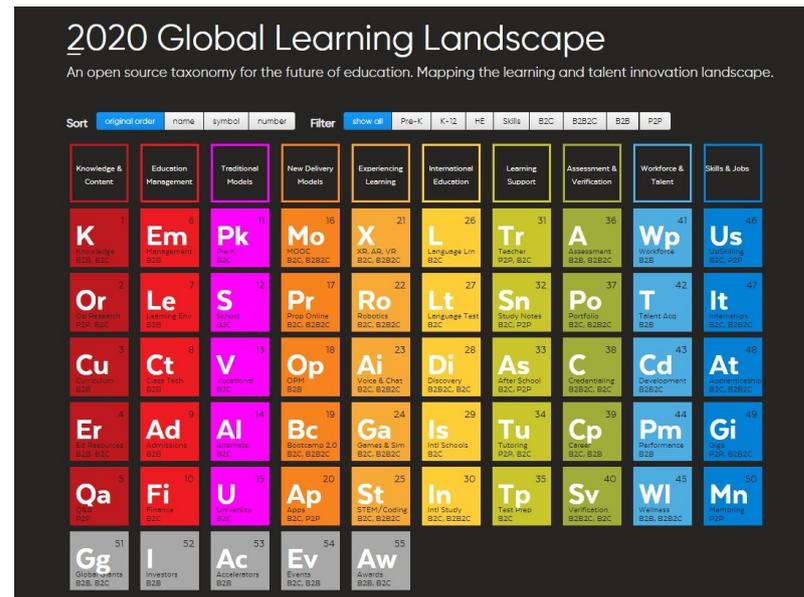
Основные группы образовательных онлайн-проектов

Ландшафт инноваций в образовании становится всё более разнообразным и сложно структурированным. Составители интерактивного реестра [Global Learning Landscape](#) выделили свыше 50 категорийных кластеров-подмножеств (часто пересекающихся), к которым может быть отнесён современный EdTech-проект.

[Global Learning Landscape]

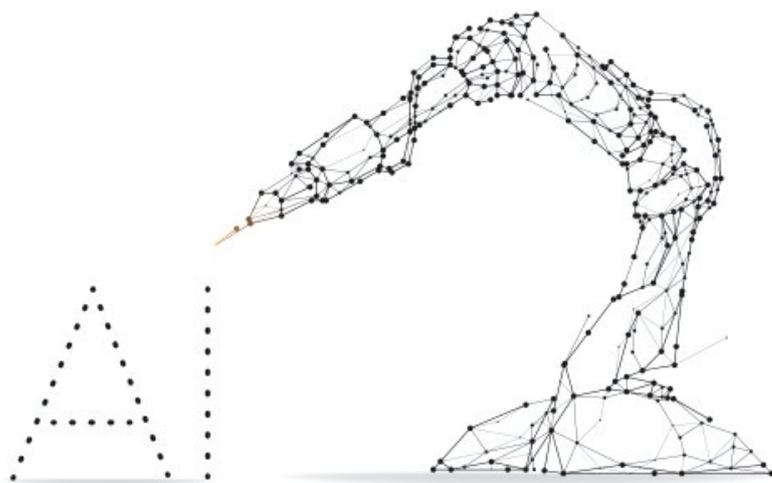
Однако львиная доля проектов укладывается в четыре группы:

- **обучающие сервисы и платформы** различных типов, например Vyju's и Coursera;
- **игроки, занимающиеся доставкой контента и управлением образовательной средой** (learning environment), например BlackBoard, Docebo Learn и Google Classroom;
- **создатели инструментов, применяемых в обучении** (VR-систем, технологий прокторинга и пр.), например Strivr и ProctorU;
- **разработчики инновационных методик и образовательных технологий** в педагогике и андрагогике, например Knewton.



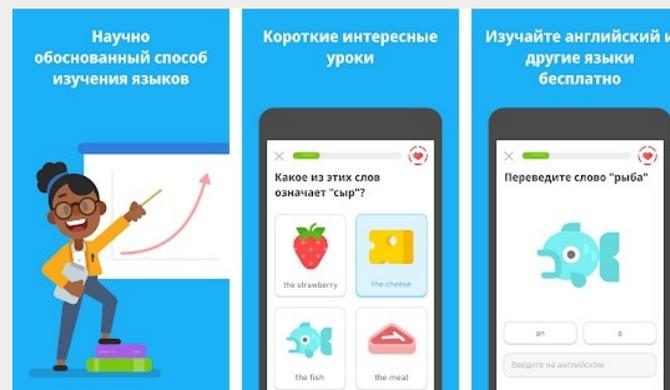
Тренды мирового рынка онлайн-образования

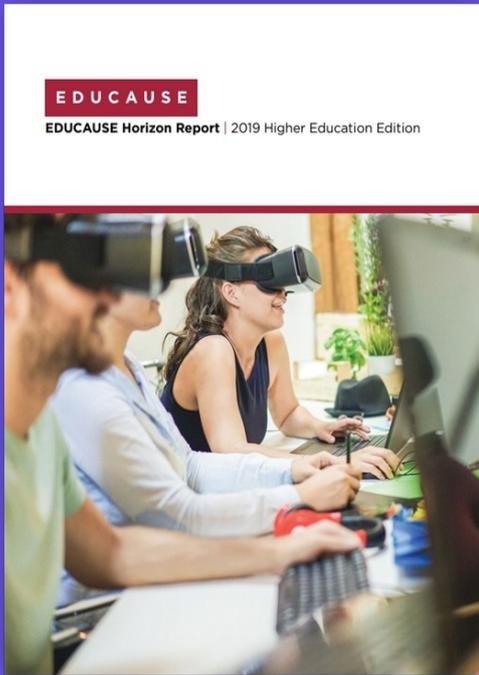
- **Искусственный интеллект.** Среди основных точек применения искусственного интеллекта в EdTech — персонализация обучения. За 2015–2018 гг. **расходы на применение AI в образовании росли стремительнее, чем траты на любую другую технологию: с \$0,8 млрд до \$6,1 млрд.**



Кейс

Пример глубокой интеграции искусственного интеллекта и технологий machine learning показывает сервис Duolingo. Он обеспечивает персонализацию всего образовательного процесса, начиная с предварительного тестирования языковых способностей учащегося и заканчивая адаптацией контента уроков под его индивидуальный прогресс и динамику развития отдельных языковых навыков.





EDUCAUSE
 EDUCAUSE Horizon Report | 2019 Higher Education Edition

Key Trends Accelerating Technology Adoption in Higher Education

The Horizon Report Higher Education Edition has long played a role influencing or supporting strategic initiatives in higher education. This section of the report describes the trends expected to have a significant impact on the ways in which colleges and universities approach their core mission of teaching, learning, and creative inquiry. The six trends described in this portion of the report were selected by the expert panel after a robust series of conversations about broad trends in higher education, using recent publications to inform the dialogue. The trends are summarized in the following pages, with particular attention paid to the panel's discussion to capture the engagement among the diverse international group. The topics in this year's trends section reflect a strong focus on meeting students' expectations of constant access to platforms, learning materials, and resources to learn anywhere and anytime. The panel expanded the definition of redesigning learning spaces from a trend accommodating more active learning in the physical classroom to one that includes attention to the learner experience in emerging learning spaces programmed into extended reality (XR). Similarly, expanding access and convenience was evidenced in a topic new to the report: modularized and disaggregated degrees. The panel anticipates more opportunities for individual learners to transcend

traditional pathways by blending formal education with modularized online coursework that is credit bearing or otherwise accepted as valid in the workforce. The trends in this year's report also demonstrate the panel's agreement that embracing innovation in higher education at the campus level will influence the ways in which institutions approach their core mission. Innovative approaches to new degree programs show that institutions are seeking to connect diverse disciplines while maximizing existing programs, as evidenced by the rise in interdisciplinary programs. Likewise, the emergence of incubators and entrepreneurial partnerships with colleges and universities provides students with the opportunity to embrace "failing forward" as campuses adopt a culture of experimentation. The trends are sorted into three categories along a time continuum. Long-term trends typically have already been affecting decision-making and will continue to be important for more than five years; mid-term trends will likely continue to be a factor in decision-making for the next three to five years; and short-term trends are driving educational technology adoption now but will likely remain important for only one to two years, either becoming commonplace or evolving to create a new iteration of a previous trend.

Key Trends	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Blended Learning Designs								
Growing Focus on Measuring Learning								
Adaptative Culture of Innovation								
Redesigning Learning Spaces								
Deeper Learning Approaches								
Collaborative Learning								
Evolution of Online Learning								
Rethinking the Roles of Educators								
Proliferation of Open Educational Resources								
Rethinking How Institutions Work								
Cross-Institution & Cross-Sector Collaboration								
Students as Creators								
Agile Approaches to Change								
Utility of Social Media								
Blending Formal and Informal Learning								
Decentralized IT Support								
Blended Learning								
Rise of New Forms of Interdisciplinary Studies								
Modularized and Disaggregated Degrees								

The Horizon Project can be regarded as education's

in higher education is the overwhelming response to the call for exemplars—those projects that evidence the developments on the horizon that might inform or otherwise inspire other global initiatives in higher education. This year was no exception. EDUCAUSE

Задействовать искусственный интеллект начинают во всех сегментах онлайн-образования. Согласно исследованию Horizon Report, 2019–2020 годы должны стать поворотными во внедрении AI в систему высшего образования (период его активного освоения может составить два-три года).

Кейсы

— Университет Джорджии внедрил и успешно использует построенного на ИИ-алгоритмах цифрового помощника от компании AdmitHub. Это чат-бот, который отвечает на вопросы студентов-новичков и абитуриентов о зачислении, учебных программах, финансовых взаимоотношениях с вузом.

— MATHiaU от Carnegie Learning используют, чтобы «подтягивать» не успевающих по математическим дисциплинам студентов. Система помогает преподавателю адаптировать учебный процесс под потребности студента.

[HoloniQ, Educause]

ТРЕНДЫ

• Большинство лидеров современного EdTech — именно образовательные компании, а не интернет-корпорации широкого профиля. **Однако гиганты digital-мира продолжают укреплять свои позиции в онлайн-образовании.** В том числе за счёт инвестиций в многообещающие стартапы. Вспомним о приобретении Microsoft 2019 года — платформе для управления данными DataSense, а также о поглощении Lynda.com со стороны LinkedIn ещё в 2015 году. Также нельзя не отметить коллаборацию между Pearson и Google.

На средне- и долгосрочном горизонте, таким образом, различимы два наиболее вероятных сценария развития рынка, пока сильно фрагментированного:

- на нём начнут доминировать технологические гиганты;
- он консолидируется вокруг нескольких крупных профильных компаний

[Capstone Headwaters, Forbes]



ТРЕНДЫ

- **Скорректировались ожидания отрасли от виртуальной и дополненной реальности.** Сегодня AR и VR мыслятся скорее как тренд дальнего прицела. Одному только рынку корпоративного обучения с помощью VR, в 2018 году составлявшему \$216 млн, к 2022 году прочат рост до \$6,3 млрд. К развитию механизмов иммерсивного обучения есть все предпосылки с точки зрения готовности конечных потребителей: ожидается, что к концу 2020 году на планете будет работать почти 1,5 млрд поддерживающих AR смартфонов, а к 2023-му — 3,4 млрд.

Кейс

— Показательный кейс — разработка медицинского стартапа *EchoPixel*, в основе которой лежит технология иммерсивной томографии. Используя аппаратуру для УЗИ, 3D-очки и особый дисплей, хирурги и диагносты воспроизводят трёхмерную голограмму тела пациента или отдельного органа. Система может служить и для безопасной учебной отработки врачебного вмешательства в организм больного.

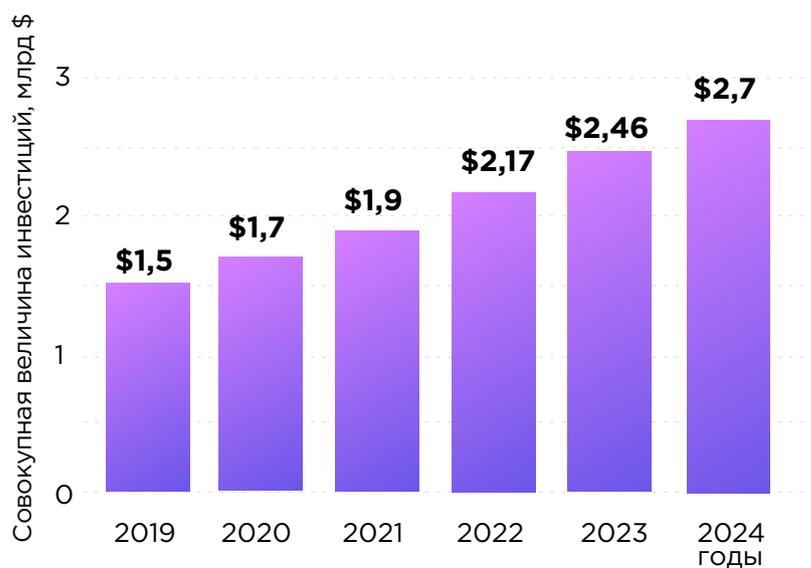
[HolonIQ, AR Insider, ABI Research]



ТРЕНДЫ

- **На подъёме микрообучение**, которое предполагает: (а) подачу образовательного контента с разбивкой на самостоятельные малые единицы, (б) освоение отдельного микронавыка, (в) чаще всего — независимость от отдельной платформы. В количественном измерении направление пока выглядит скромно. В 2019 году объём рынка микрообучения был равен \$1,5 млрд, притом что он имеет перспективу достигнуть \$2,7 млрд к 2024 году при среднегодовом темпе роста +13,2%.

**Прогноз по росту
мирового рынка микрообучения**

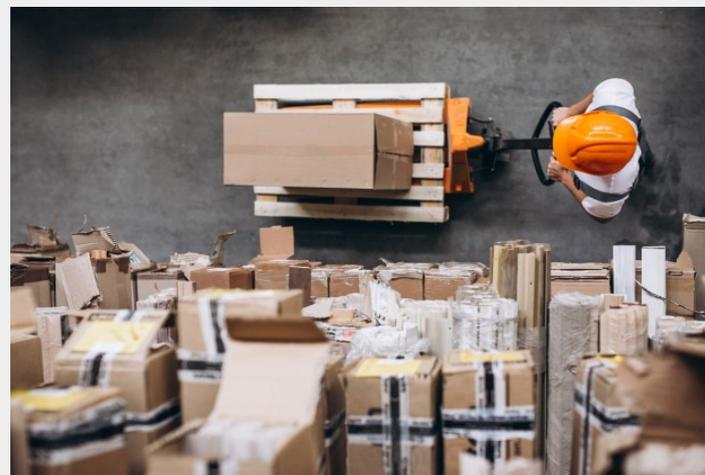


Источник: MarketsAndMarkets

Кейс

— Технологии микрообучения активно применяются в корпоративном образовании. Примечателен совместный проект корпорации Walmart и канадского стартапа Axonify: программа мобильного обучения правилам производственной безопасности с интерактивными блоками, каждый из которых рассчитан не более чем на 3-5 минут. Обучение прошли 80 тыс. сотрудников Walmart, и благодаря ему корпорация снизила число чрезвычайных происшествий среди персонала на 54%.

[MarketsandMarkets]



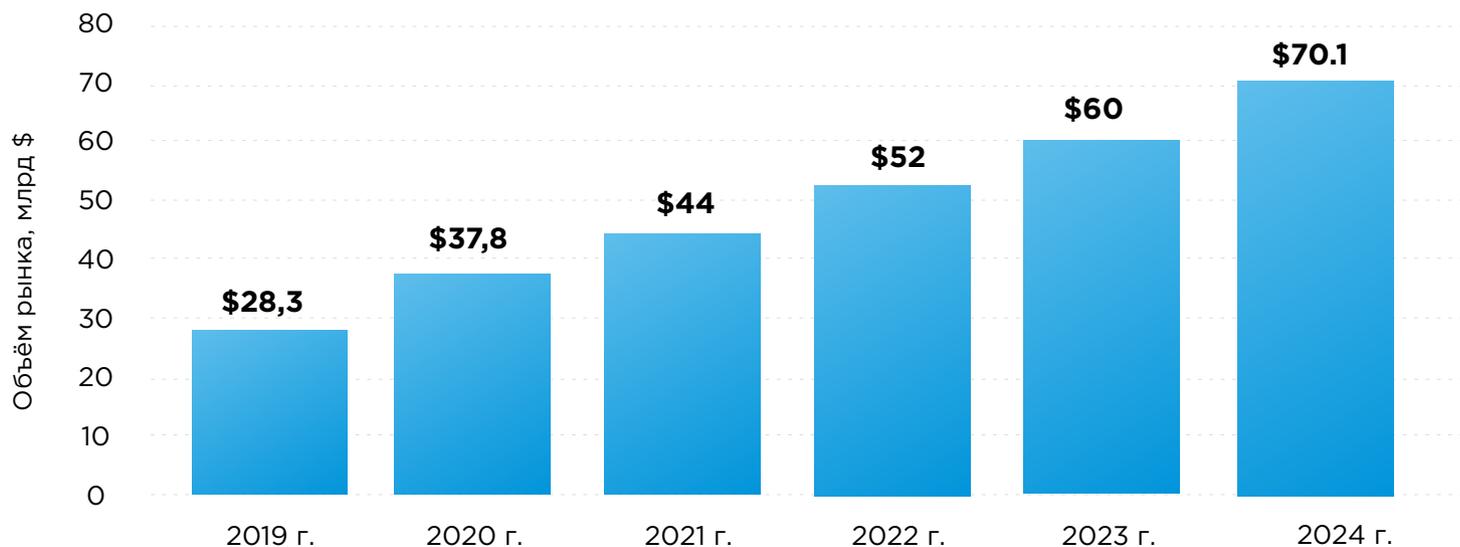
ТRENДЫ

• Среди самых сильных трендов — популяризация мобильного обучения. К 2020 году объём мирового m-learning обещал приблизиться к \$38 млрд, и, по оценкам экспертов, расчёты оправдались. Наибольшая часть рынка — у Северной Америки, однако Европа и страны Азиатско-Тихоокеанского региона ненамного отстают от неё. К 2024 году ожидается, что величина рынка достигнет по меньшей мере \$70,1 млрд, при среднегодовом темпе роста, согласно различным оценкам, в пределах 17–23%.

На 2019 год порядка 47% организаций мира прибегали к мобильному обучению. Чтобы показать масштабы тренда, упомянем, что за месяц около 195 млн жителей Китая получают образовательный контент с помощью мобильных устройств.

[MarketsandMarkets, McKinsey, Technavio, Paycom, CNNIC, Global Industry Analytics]

Прогноз по росту мирового рынка мобильного обучения



[MarketsandMarkets, McKinsey, Technavio, Global Industry Analytics, Statista.com]

ТRENДЫ

- **Корпоративный сегмент демонстрирует устойчивый рост.** В 2017 году наиболее крупная его доля (38%) была у стран Северной и Южной Америки, однако к 2022 году она, по расчётам экспертов, снизится на 4 пп. в пользу других регионов. В 2017 году корпоративный сегмент рынка онлайн-образования превышал \$14 млрд, по итогам же 2020 года обещает достигнуть, согласно самым скромным оценкам, \$20 млрд. Ожидаемый среднегодовой рост направления варьируется в диапазоне 11–15%.

[Technavio, ResearchAndMarkets]

- **В целом становится более тесной связь между обучением и трудоустройством.**

Об интересе лидеров EdTech-индустрии к карьерно-ориентированному образованию свидетельствует, например, тот факт, что в 2019 году гигант 2U, специализирующийся на навыковом обучении и высшем образовании, приобрёл за \$750 млн компанию Trilogy Education, которая занималась организацией «буткемпов» — высокоинтенсивных онлайн- и офлайн-программ обучения программированию, дата-аналитике и кибербезопасности.

[TechCrunch]

- **Онлайн-обучение всё более плотно смыкается с практиками talent development** («управления талантами»). Согласно исследованию, проведённому LinkedIn в 2018 году, совершенствование soft skills сотрудников — один из главных приоритетов для бизнеса. По оценке Transparency Market Research, мировой рынок развития soft skills в 2016 году измерялся суммой порядка \$11,3 млрд. При среднегодовом приросте в 11,9% на интервале 2018–2026 гг. к концу этого периода он превысит \$33,7 млрд.

[LinkedIn Learning (Workplace Learning Report), Transparency Market Research]



ТРЕНДЫ

- Огромный, стремительно растущий целевой рынок предстаёт перед компаниями, которые работают в направлении **career-long learning**, или обучения на протяжении всей профессиональной деятельности: \$365 млрд уже на 2018 год.

[Equity Research / Goldman Sachs]

- **Всё более востребованными видятся практики взаимного, или кросс-, обучения (p2p-learning).**

Вполне вероятно, что в ближайшем будущем на p2p-платформах пользователи будут искать для освоения точечного «микронавыка» подходящих им экспертов (таких же пользователей), чьи компетенции будут верифицированы, например, с помощью блокчейн-технологий.

[EdSage]

- **Набирает популярность обучение на основе проектной работы (project-based learning).** За рубежом характерным примером школы, опирающейся на такой принцип, является французская École 42.

- **Асинхронное (self-paced) обучение продолжает уступать позиции более инновационным образовательным практикам.** Так, если верить Ambient Insight, ниша сократится до \$33,5 млрд к 2021 году — сравним с \$46,7 млрд в 2016 году (на интервале 2016–2021 гг. ей прочили отрицательный CAGR на уровне -6,4%, что даёт нам \$38,2 млрд по итогам 2019 года). По другой же оценке, сделанной Market Insights Reports, объём мирового рынка самостоятельного онлайн-обучения в целом ощутимо ниже: около \$5,3 млрд в 2018 году, — и прогнозируется, что по итогам 2025 года он составит \$9,5 млрд при среднегодовом росте +8% (это в любом случае слабее динамики развития индустрии онлайн-образования в целом).

[Market Insights Reports, Statista.com, Ambient Insight]

Прогноз мирового рынка асинхронного обучения



ТРЕНДЫ

- **Геймификация не совершила революции в EdTech и как самостоятельный тренд остается актуальной только в детском образовании.**

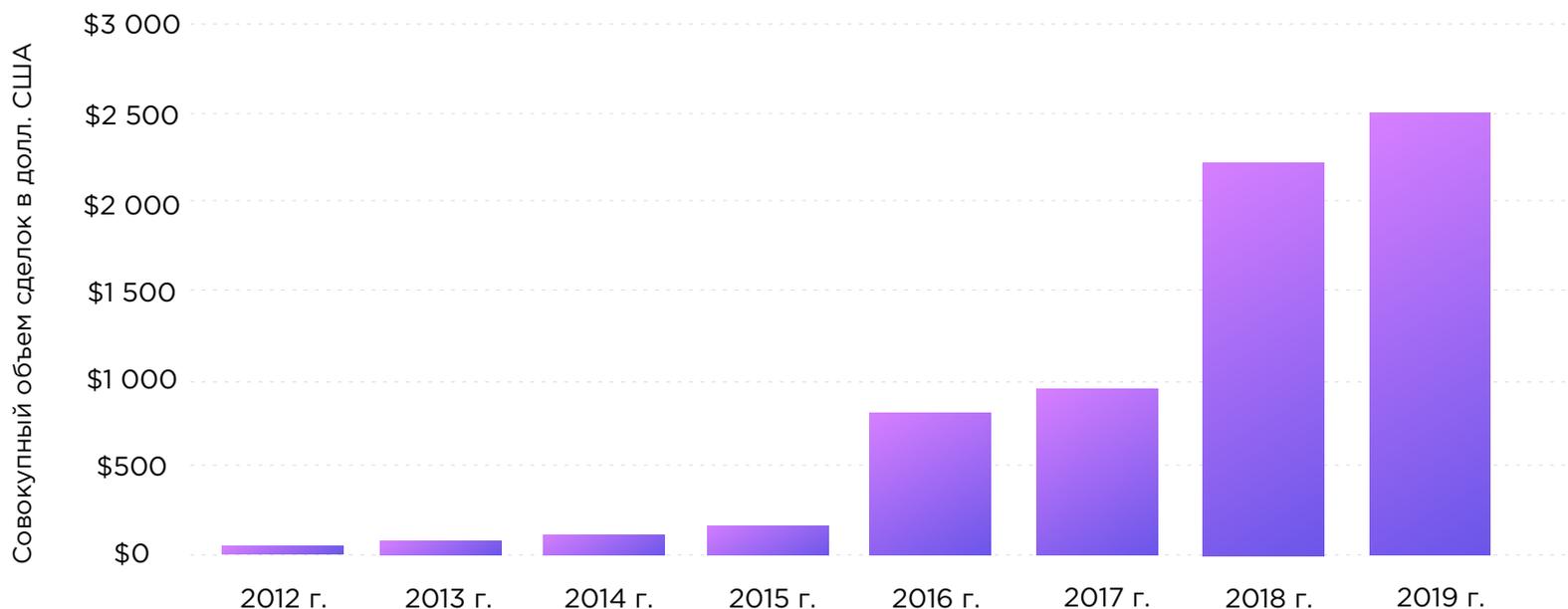
Игрофикация рассматривается сегодня как одна из механик, повышающих эффективность образовательного продукта. Раскрытие её потенциала, по-видимому, дело не самого ближайшего будущего. На то есть две причины: (а) игроки индустрии продолжают искать наиболее действенные модели геймификации своих продуктов; (б) максимально заинтересованные в игровом взаимодействии молодые поколения ещё не достигли пика влияния (между тем к 2025 году

миллениалы, предположительно, будут составлять 75% мировых трудовых ресурсов).

В 2018 году рынок цифровых образовательных продуктов, построенных на игровых принципах, измерялся \$2,4 млрд, и ожидается, что к 2024 году он увеличится до \$4,3 млрд. Однако инвестиции в геймифицированные образовательные продукты с 2018 г., в основном, направлены на проекты для обучения детей (сегмент pre-K12).

[ResearchAndMarkets, Deloitte]

Мировые инвестиции в компании, использующие геймификацию обучения (2012-2019 гг.; в долл. США)



I ТРЕНДЫ

- **Растёт рынок LMS (learning management systems).** В 2018 году объём рынка образовательных решений такого класса составил \$7,2 млрд. Причём \$3,3 млрд из них пришлись на Северную Америку. К 2023 году он, по оценкам экспертов, как минимум утроится.

[Fortune Business Insights, MarketsandMarkets]

Вместе с тем у рынка LMS велик задел и для кардинальных изменений. На конец 2018 года, согласно опросу ATD, в котором приняли участие 388 специалистов по talent development, 58% организаций, где трудились респонденты, были недовольны используемыми LMS. Треть опрошенных отметила, что функциональность LMS не удовлетворяет потребностям их организаций.

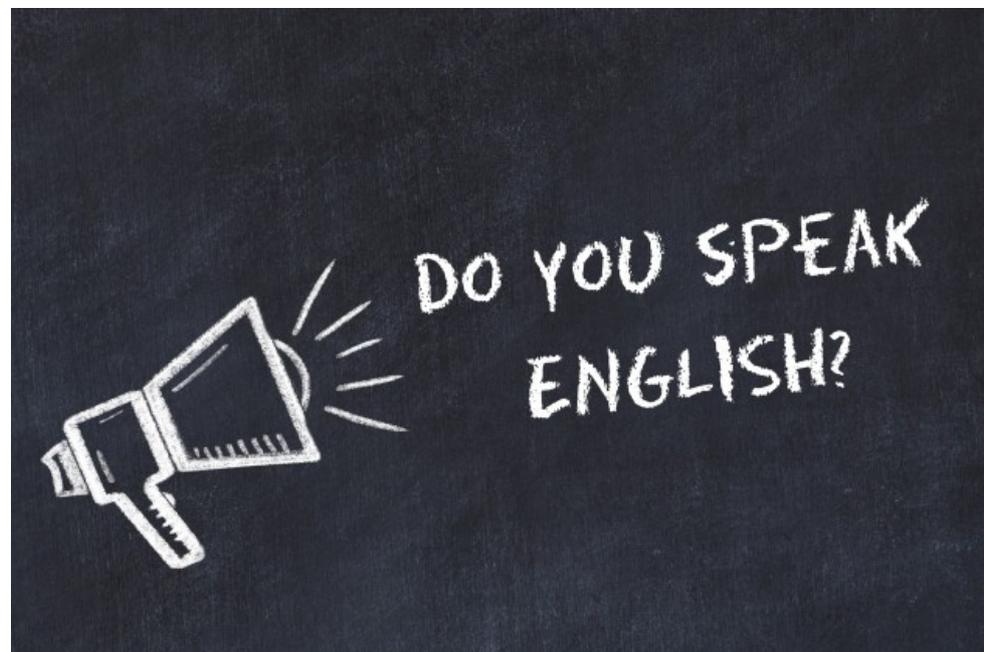
[Association for Talent Development]

- **Среди направлений EdTech с опережающими темпами роста — рынок языкового обучения,** где преобладают сервисы и инструменты для освоения английского онлайн. Количественные оценки субиндустрии варьируются в широких пределах. Например, если верить данным Orbis Research, на 2018 год онлайн-рынок обучения английскому языку измерялся суммой \$6,8 млрд и при среднегодовом росте в 18% должен к 2025 году достичь отметки \$21,7 млрд.

Между тем исследователи Market Study Report утверждают, что в 2018 году объём рынка составил около \$3,25 млрд и будет расти в 2018-2027 гг. в среднем на 15,2% в год (до \$11,445 млрд к концу периода).

Кроме того, в соответствии с изысканиями Orbis Research, в 2018 году приблизительно 30% рынка пришлось на Китай, а 26% — на Европу (это то редкое направление онлайн-образования, где США не доминируют).

[Orbis Research, Market Study Report]

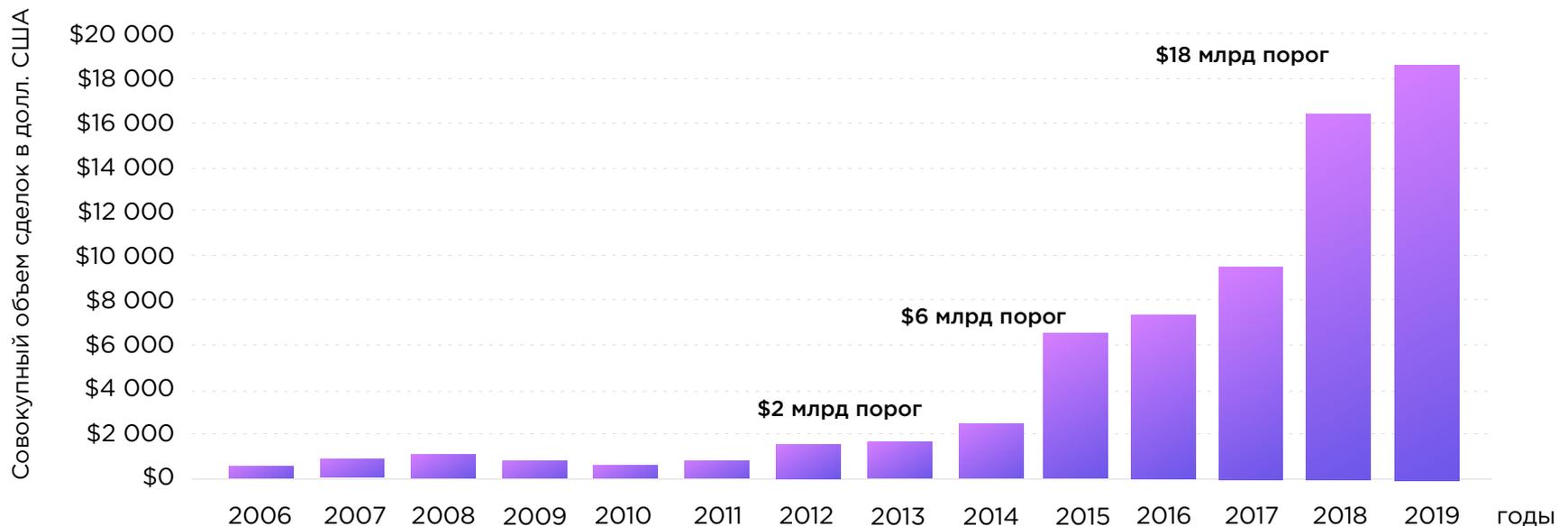


Инвестиции на мировом рынке онлайн-образования

По данным Metaari, за 2019 год в глобальный рынок EdTech были инвестированы рекордные \$18,66 млрд, что примерно на \$2 млрд больше, чем в 2018 году. При этом, согласно HoloniQ, около \$8 млрд от совокупных инвестиций за 2018 год составили вливания венчурного капитала в бизнес компаний-«единорогов». По свежим данным Metaari, в 2019 году этот показатель был равен \$8,56 млрд.

Суммарный объем вливаний в китайские EdTech-компании за 2019 год составил \$3,9 млрд, что почти в два раза меньше, чем в 2018-м: тогда инвестиции в китайские проекты исчислялись рекордной суммой \$7,22 млрд. При этом индийские игроки онлайн-образования за 2019 год получили инвестиций более чем на \$1,6 млрд. [HoloniQ, Metaari]

Совокупные инвестиции в мировой рынок образовательных технологий (в долл. США)





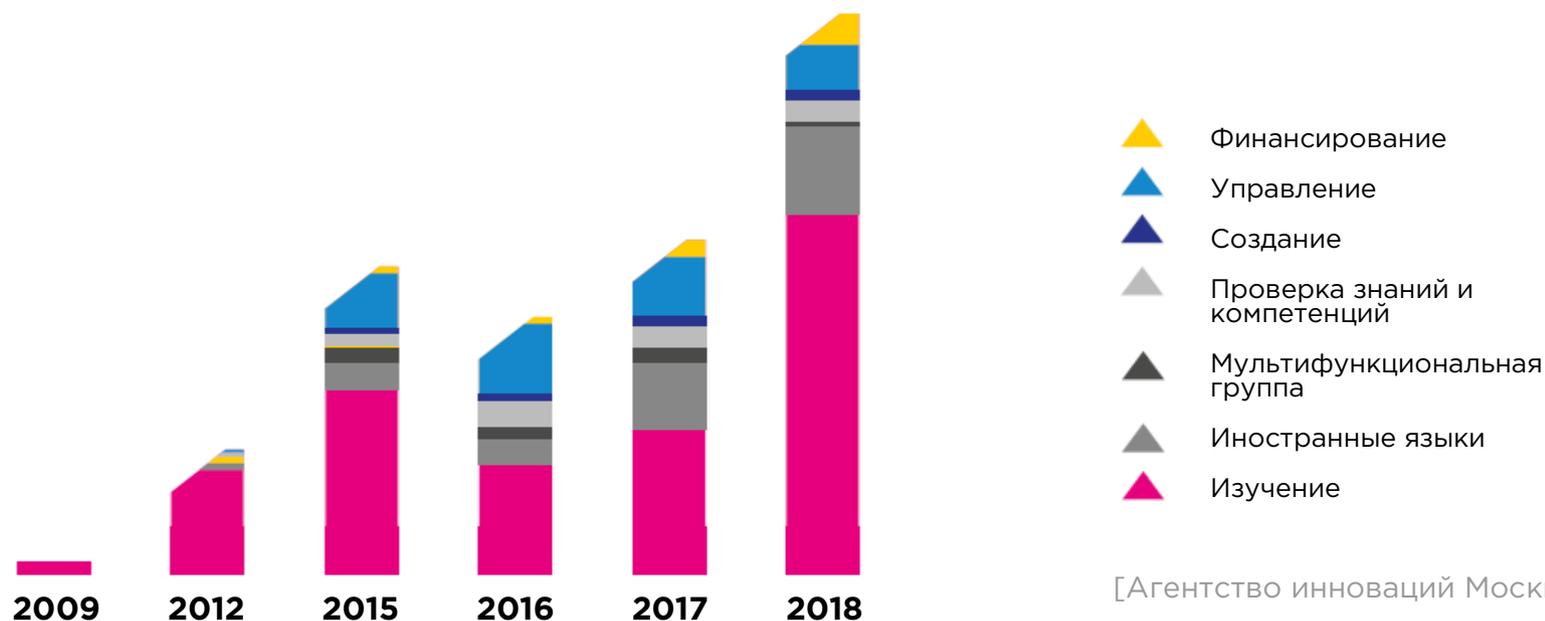
Данная информация представлена партнером исследования
Агентством инноваций Москвы **EdTech: перспективные направления развития, 2019**

Анализ топ-200 международных компаний, привлечших наибольший объем инвестиций, показывает, что инвесторы предпочитают вкладываться в готовые образовательные программы / курсы (сегмент «Изучение»). Так, годовой прирост инвестиций в 2018 году почти полностью обеспечен вложениями в проекты названного сегмента. Потенциально привлекательный

сегмент — проверка знаний и компетенций: средние темпы роста инвестиций в него за последние три года составляют 120%, хотя общие объемы вложений пока невелики. Также у инвесторов растёт интерес к проектам по изучению иностранных языков, однако это обстоятельство в значительной степени связано со стремительным развитием сегмента на рынках Азии.

Динамика глобальных EdTech-инвестиций в разрезе функциональных групп, \$ млн

Анализ базы из 200 международных компаний



[Агентство инноваций Москвы]

I ИНВЕСТИЦИИ НА МИРОВОМ РЫНКЕ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ

- **На протяжении 2018 года в американский EdTech было вложено \$1,45 млрд в ходе 112 сделок** (учтены только публичные).

[EdSurge]

Усиленный приток венчурного капитала в EdTech подстёгивает участников отрасли к IPO. Ожидается, что к 2025 году в мире будет существовать свыше 100 торгующихся на бирже образовательных бизнесов с рыночной капитализацией более \$1 млрд каждый.

[HolonIQ]

2018 год был рекордным для индустрии онлайн-образования также и с точки зрения сделок по слиянию и поглощению: 126 (против 74 в 2017 году).

[Capstone Headwaters]

В 2018 году наиболее привлекательными для инвесторов оказались образовательные стартапы с применением технологий искусственного интеллекта. Суммарно такие компании (эксперты насчитали 197) получили \$2,9 млрд венчурного капитала.

[HolonIQ]

Значимые сделки 2018–2019 гг.

2018

- **В мае 2018 года** американская платформа 2U привлекла \$331 млн с помощью продажи акций на открытом рынке (четырьмя годами ранее она провела IPO).
- **В июле 2018 года** китайский стартап Zuoyebang, предоставляющий образовательные сервисы для школьников, получил \$350 млн от пула инвесторов, включая Goldman Sachs и Sequoia Capital China.
- **В августе 2018 года** инвестор The Rise Fund вложил в американскую платформу для изучения математики DreamBox Learning \$130 млн.
- **В октябре 2018 года** компания Veritas Capital приобрела американского провайдера образовательных технологических решений Cambium Learning Group, предположительно, за \$725,2 млн.
- **В конце 2018 года** индийская онлайн-платформа для школьного образования Vuju's привлекла \$540 млн от фонда Naspers (в 2019 году после ещё одного раунда инвестиций её рыночная стоимость превысила \$5 млрд).
- **В декабре 2018 года** китайский образовательный сервис для школьной аудитории Yuanfudao «поднял» в ходе очередного раунда \$300 млн (лид-инвестор — Tencent).

2019

- **В январе 2019 года** в китайскую образовательную онлайн-платформу Zhangmen было вложено \$350 млн (лид-инвесторы — CICC Alpha и CMC Capital Group).
- Китайская образовательная платформа TAL Education, сфокусированная на сегменте K-12, в **феврале 2019 года** получила \$500 млн от сохранившего инкогнито инвестора.
- **В марте 2019 года** сервис Turnitin был куплен Advance Publications за \$1,7 млрд.
- **В апреле 2019 года** один из самых заметных стартапов в сфере AR-технологий — Magic Leap получил \$280 млн от японского оператора мобильной связи NTT DoCoMo.
- **В мае 2019 года** китайская платформа для выполнения и проверки домашних заданий была профинансирована на \$150 млн гигантом электронной коммерции Alibaba.
- **В октябре 2019 года** китайская платформа по обучению детей английскому Vipkid получила \$150 млн от Tencent, исходя из рыночной стоимости всего бизнеса в \$4,5 млрд.
- **В ноябре 2019 года** американский образовательный стартап Guild Education закрыл раунд на \$157 млн (лид-инвестор — General Catalyst).
- В ходе двух раундов **на протяжении 2019 года** американская компания KnowBe4, обучающая принципам инфобезопасности, получила инвестиции в размере \$350 млн.
[CapitalIQ, Pitchbook, CB Insights, TechCrunch, HolonIQ, Metaari, информация компаний]

ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

- **К 2023 году объём глобального рынка онлайн-образования имеет все шансы превысить \$282 млрд** при среднегодовых темпах роста на уровне 7–10%. По итогам 2019 года он составил \$205 млрд. Это около 4% от всей мировой индустрии образования, которая на 2019 год исчислялась суммой порядка \$6,5 трлн. К 2025 году она обещает увеличиться до \$8 трлн, а к 2030-му — до \$10 трлн.

- На Азиатско-Тихоокеанский регион — и в частности, **на Китай — в 2020 году будет приходиться свыше 50% мирового рынка онлайн-образования.** По темпам роста он уже заметно опережает среднемировой показатель: +19,40% CAGR против +10,26% по глобальному рынку.

- С точки зрения инвестиционной привлекательности китайский EdTech также занимает флагманские позиции: финансовые вливания в игроков онлайн-образования из КНР за 2019 год., по оценке Metaari, измерялись суммой \$3,9 млрд — из \$18,66 млрд

совокупных инвестиций в EdTech. На сентябрь 2019 года 80% компаний EdTech с самой высокой капитализацией были китайскими.

- **Хотя США остаются крупнейшим образовательным рынком, их доля постепенно уменьшается** (за 2016–2018 гг. она сократилась с 50–55% до 40% от мирового EdTech) и перераспределяется в пользу других развивающихся рынков, и не только APAC. Так, темпы роста североамериканского рынка онлайн-образования на интервале 2017–2022 гг. составят в среднем +5% в год против 14% у европейского региона.

- **В 2018–2019 году среди наиболее инвестиционно привлекательных были образовательные стартапы с использованием технологий искусственного интеллекта:** в общей сложности только за 2018 год такие компании — их было около 200 — получили \$2,9 млрд венчурного капитала.

I ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

• **Большая часть современных EdTech-проектов относится к одной из четырёх категорий:**

1. обучающие сервисы и платформы различных типов;
2. игроки, занимающиеся доставкой контента и управлением образовательной средой (learning environment);
3. создатели инструментов, применяемых в обучении (VR-систем, технологий прокторинга и пр.);
4. разработчики инновационных методик и образовательных технологий в педагогике и андрагогике.

• **Хедлайнеры EdTech сегодня — именно образовательные компании,** а не интернет-корпорации широкого профиля. Впрочем, гиганты digital-мира продолжают укреплять позиции в онлайн-образовании, инвестируя в образовательные стартапы.

• **Среди точек роста мирового EdTech — мобильное обучение, микрообучение, корпоративное образование.** Такие тренды, как VR/AR и геймификация, реализуют потенциал, видимо, на протяжении 2020-х годов.

Часть 2.

Российский рынок онлайн-образования

Общая оценка рынка

В 2016 году российский рынок онлайн-образования, по оценке исследовательской группы Edmarket.Digital, достиг 20,7 млрд руб. Расчётный показатель на 2019 год составлял 36,4 млрд руб. при CAGR на интервале 2016–2021 гг. на уровне +20%. По результатам новейших измерений мы констатируем, что величина рынка близка к спрогнозированному нами значению (см. далее).

Согласно нашим оценкам, по итогам 2019 года **объём российского b2c-рынка онлайн-образования достиг 38,5 млрд руб. при среднегодовых темпах роста на уровне 20%**. В конце 2023 года, по нашему прогнозу, его величина перевалит отметку 60 млрд руб. в год при среднегодовых темпах роста на уровне 12–15%.

Суммарный объём рынка онлайн-обучения в России включает сегменты дополнительного образования взрослых и детей* школьного и дошкольного возраста, коммерческих онлайн-технологий сопровождения и контента для учебного процесса по программам среднего общего и высшего образования.**

*По основным школьным дисциплинам, также отдельно нужно выделить иностранные языки.

**Показатель актуален в сегменте b2c, включая услуги дополнительного профессионального обучения, оплаченные работодателем, но не являющиеся при этом b2b-сделкой.

ОБЩАЯ ОЦЕНКА РЫНКА

Уточним, что существуют как умеренные, так и оптимистические оценки рынка. Как сообщается в аналитическом докладе «Яндекса», на Россию приходится 0,5% мирового рынка онлайн-образования, а тот, по оценке EdTechXGlobal, в 2020 году возьмёт планку \$252 млрд. Рассчитываемый из такой динамики объём рынка на 2020-й находится на уровне 80 млрд руб.

Как подсчитали в NeoAnalytics, в 2018 году объём рынка дистанционного образования в России составил около 28,9 млрд руб. По прогнозу NeoAnalytics, на протяжении 2019–2021 гг. рынок будет расти приблизительно на 17–20% в год и к концу периода будет измеряться суммой 53,5 млрд руб. при доле 2,6% от всего рынка образования РФ. Аналитики РБК оценивали отечественный рынок EdTech в 30 млрд руб. по результатам 2018 года.

Оценки экспертов лежат в крайне широком диапазоне. По мнению Дмитрия Волошина (Otus.ru), в 2019 году рынок российского онлайн-образования не превышал 21,2 млрд руб. и растёт на 17–27% в год, а значит, по итогам 2020 года не превысит 27 млрд руб. В то же время сооснователь GetCourse Марат Нигаметзянов уверен, что в 2020 году объём рынка достигнет 60 млрд руб.

Такое расхождение в прогнозах может быть связано с тем, что часть денег в онлайн-образовании остаётся в серой зоне, в частности плата за репетиторские c2c-услуги («скайп-репетиторство»), или с трудом поддаётся подсчёту по иным причинам (в случае с корпоративным сегментом — ввиду общей непрозрачности b2b-платежей для внешнего анализа). Кроме того, к высоким оценкам подталкивают темпы роста лидеров индустрии.

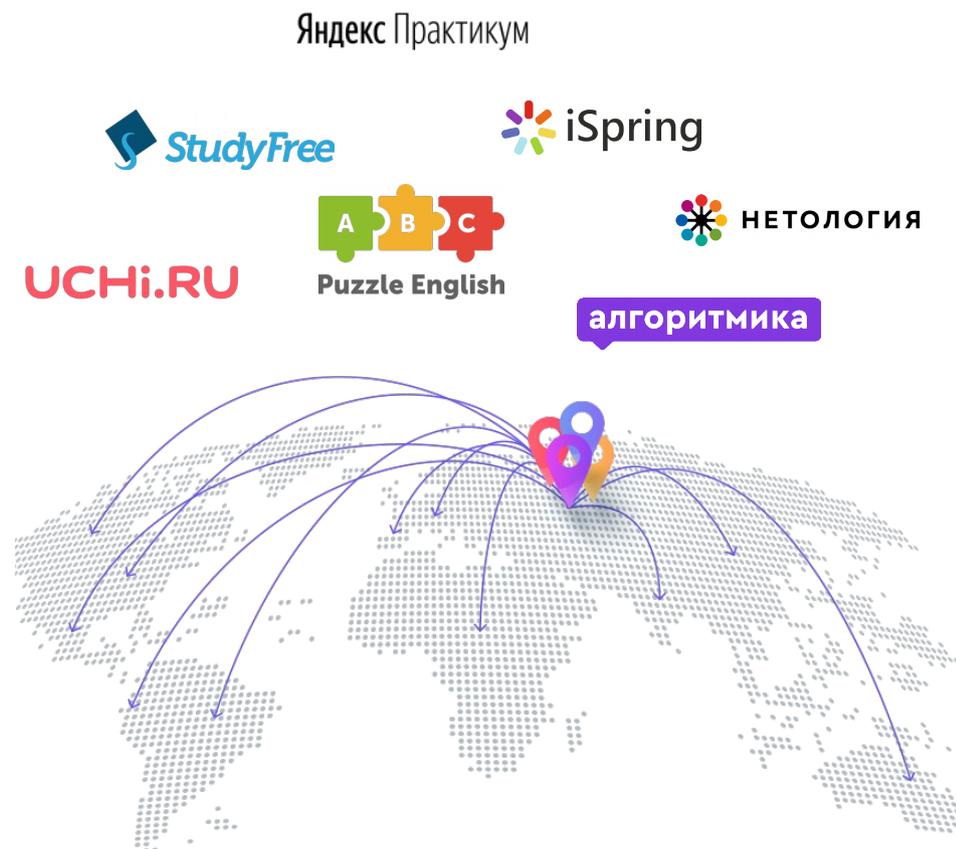
Эксперты исследовательского проекта РБК считают, что российский рынок EdTech ещё в 2018 году преодолел отметку 30 млрд руб. Около трети суммы, точнее, 9,625 млрд руб. — это выручка топ-35 игроков индустрии. По словам Натальи Царевской-Дякиной, генерального директора акселератора Ed2, главные, наиболее финансово ёмкие направления российского рынка технологичных проектов в образовании — детское и взрослое дополнительное образование, исчисляемые 10 млрд руб. и 15 млрд руб. в год соответственно. Сооснователь платформы Skyeng Александр Ларьяновский, со своей стороны, полагает, что онлайн-бизнес в ДПО будет расти опережающими темпами — на 100–200% в год.

Тренды российского рынка онлайн-образования

• **Российские стартапы в сфере онлайн-образования закрепляются за пределами родины и стран СНГ.** К давно присутствующим на международном рынке компаниям наподобие, iSpring и Нетологии-групп, присоединились такие игроки, как:

- **«Алгоритмика»** (более 18 стран присутствия, включая Австралию, Индию, Китай, Мексику, США и Эквадор);
- **«Учи.ру»** (действует на крупных EdTech-рынках, в том числе в Бразилии, Индии, Канаде, Китае и США);
- **Puzzle English** (ориентируется в международной экспансии на испаноговорящие и франкоговорящие страны);
- **StudyFree** (выходит в основном на развивающиеся рынки Азии, Африки, Ближнего Востока, Латинской Америки).

Также вскоре после своего открытия в 2019 году вышел на американский рынок «Яндекс.Практикум».



I ТРЕНДЫ

- **За 2017–2019 годы в отрасли сформировалось понимание, представители каких профессий нужны новой образовательной среде.** Крупные игроки рынка открывают центры обучения кадров для онлайн-образования: **среди востребованных специалистов продюсеры образовательных проектов, instructional designers, методологи, сценаристы, руководители онлайн-школ, маркетологи онлайн-школ.** Примеры: EdMarket и School of Education.

- **Возникают новые типы посредников и сервисных структур.** Например, **продюсерские центры, которые реализуют запуск онлайн-школ и курсов «под ключ».**

- **Растут и зарплаты востребованных специалистов онлайн-образования.** Усиливается соперничество за топ- и миддл-профессионалов между игроками EdTech-рынка.

- **Конкуренция между игроками практически во всех сегментах усиливается, невзирая на то, что успешные компании растут на 40–300% в год.** Особенно явно нагнетается противоборство в зонах сформированного спроса: здесь всё чаще идут «битвы маркетинговых бюджетов».

- **Стремительными темпами растёт число онлайн-школ на базе специализированных платформ и акселераторов, например, GetCourse.** Во многом их стараниями порог входа на рынок онлайн-образования в Рунете ощутимо снизился. Однако превращение образовательного микробизнеса в средний и тем более крупный теперь гораздо более трудоёмкий процесс, чем в 2016–2017 гг.

- **Экосистемо-образующие компании Рунета воспринимают онлайн-образование как одно из важнейших направлений развития.** Осенью 2019 года «Яндекс» декларировал намерение вложить в EdTech-проекты (как собственные, так и сторонние) 5 млрд руб. в ближайшие три года. Mail.ru Group в начале 2019 года стала совладельцем сервиса Skillbox и на протяжении года довела свою долю в бизнесе до контрольной — в дополнение к полученному в 2016 году контролю над GeekBrains. В начале 2018 года Сбербанк представил «Школу 21», которая предлагает бесплатное обучение IT-разработке.

- **Лидерство во всех сегментах по-прежнему удерживают игроки, которые изначально фокусировались на онлайн-образовании, а не гиганты смежных рынков.** Однако в 2020–2021 гг. индустрия будет пополняться новыми проектами от корпораций извне EdTech: enterprise-бизнес заинтересован запускать собственные сервисы и платформы для построения собственных EdTech-экосистем.

I ТРЕНДЫ

- Во второй половине 2018-2019 году в российском EdTech появилось немало новых игроков без опыта как в онлайн-, так и в традиционном образовании. Они агрессивно борются за аудиторию — отчасти копируя успешные бизнес-модели «старожилов» рынка, отчасти заступая в новые и малоосвоенные ниши (в «non-work ДПО» и хобби-тематиках). Согласно опросу, проведённому в рамках проекта «Барометр онлайн-образования» **среди более чем 1 тыс. основателей онлайн-школ, 34% из респондентов обладают опытом в бизнесе, вместе с тем целых 56% никогда ранее не занимались образованием.**

- Как показывает «Барометр онлайн-образования», **средний чек по большинству учебных программ и онлайн-курсов на рынке находится в пределах 10–50 тыс. руб.** Средний чек зависит от сегмента, тематики курса, бренда платформы и автора и других факторов.

- **Одна из пока слабо освоенных и стремительно растущих ниш в российском онлайн-образовании — обучение «синих воротничков».** В РФ на конец 2019 года насчитывается порядка 30 млн квалифицированных рабочих, и лишь малая часть из них охвачена современными образовательными решениями.

- **Быстро увеличивается доля «non-work ДПО» и «хобби-обучения» — с 19% в начале 2018 года до 27% в его IV квартале.** Среди популярных направлений — деловые компетенции, финансы, живопись, прикладные навыки дизайна и декора, мотивационные курсы.

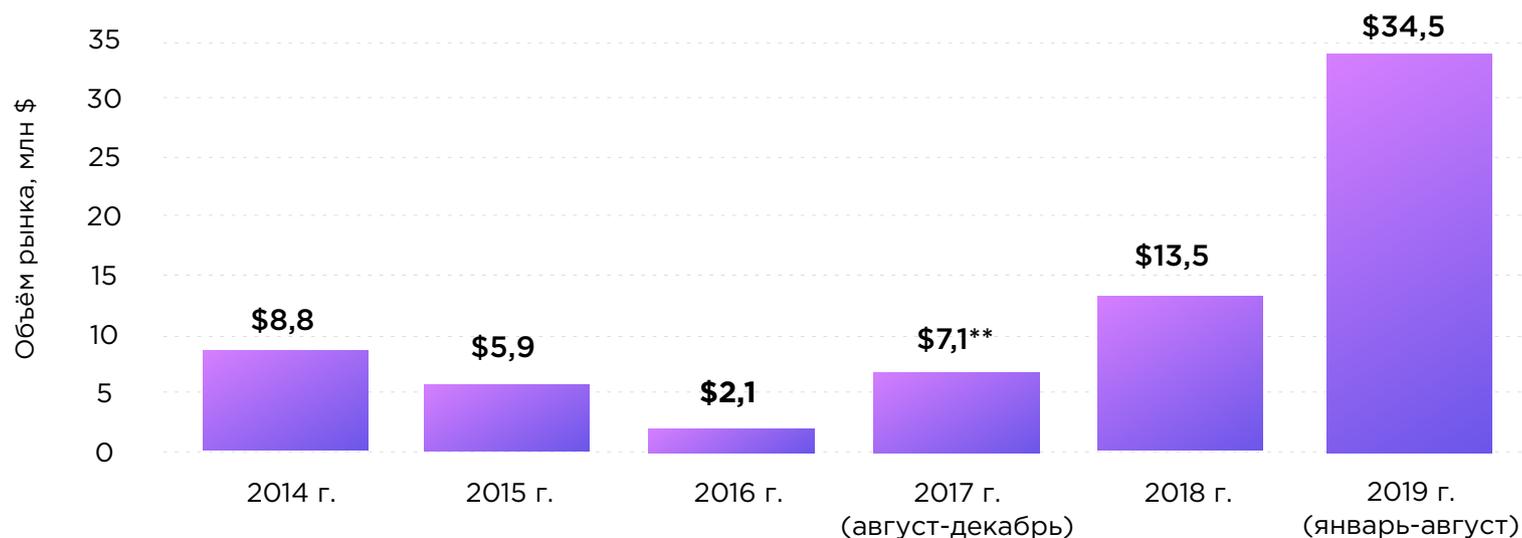
- Окончательно закрепился в России общемировой тренд на p2p-обучение. Пример — учреждённая Сбербанком «Школа 21».

Инвестиции в российский EdTech

С августа 2017 года по октябрь 2019 года мы зафиксировали **45 публичных сделок в российском онлайн-образовании** (см. [приложение](#)). Достоверно известен размер лишь 33 из них, и в совокупности они измеряются суммой \$55 млн.

Однако с учётом экспертных оценок непубличных сделок мы предполагаем, что объём финансовых вливаний в рынок за указанный период составил не менее \$80 млн.

Совокупный объём инвестиций в российское онлайн-образование по годам (2014 — август 2019)*



*При расчётах были учтены исключительно те сделки, величина которых достоверно подтверждена и обнародована.

**По экспертным оценкам, не менее \$10 млн за весь 2017 год.

I ИНВЕСТИЦИИ В РОССИЙСКИЙ EDTECH

Между тем величина раундов неизвестна в случае с рядом наиболее крупных инвестиций и M&A-операций. Достаточно сказать, что не раскрываемый размер сделки по покупке 40% акций «Нетологии-групп» структурами «Севергрупп» в конце 2017 года в разы превышает среднюю величину сделки в отечественном EdTech. Ориентировочная стоимость пакета восстанавливается по предположительной оценке всей компании на тот момент — \$50–60 млн (в 2018 — начале 2019 года её капитализация колебалась в диапазоне \$72–78 млн), тогда как cash-in в бизнес «Нетологии», согласно различным источникам, составил \$5–10 млн.

Точно так же предметом дискуссий остаётся сумма, за которую Mail.ru Group приобрела в общей сложности 60,3% образовательной платформы Skillbox, одного из лидеров отечественного EdTech с выручкой порядка 341 млн руб. по результатам 2018 года.

По нашим расчётам, средний размер венчурной сделки в российском онлайн-образовании за два года находится на уровне \$1,6 млн. Скромное по мировым меркам значение объясняется в первую очередь тем, что среди обнародованных инвестиций заметная часть приходится на посевные и предпосевные раунды. В то же время 9 сделок из 33 измеряются суммой не менее \$2 млн.

Наши расчёты в основе своей сходятся с оценкой EdCrunch, согласно которой в России за минувшие пять лет инвестиции привлекло менее 70 образовательных проектов при средней величине сделки не более \$2 млн.

По инсайдерской информации, общее число сделок в онлайн-образовании на российском рынке как минимум в полтора раза превышает количество открыто проанонсированных. Также следует отметить, что мы учитывали только венчурные сделки и оставляли за скобками прямые инвестиции и те вложения, формат которых невозможно установить.

В результате, например, за скобками исследования остались инвестиции в обучающее приложение Castle Quiz от фонда «Прообраз», а также кейс сети школ программирования для детей «ЮниорКод», в который инвестировал томский предприниматель Александр Семенцов. Мы не учитывали и вложения в адаптивную платформу для корпоративного обучения GrowTalent, сделанные частным инвестором.

I ИНВЕСТИЦИИ В РОССИЙСКИЙ EDTECH

Также мы не учитывали часть инвестиций, о происхождении и времени которых нет точной информации. В частности, достоверно известно об инвестициях в Mishka AI в размере 8,7 млн руб. от акселератора Starta, но в совокупности, по словам основателей проекта, за 2017–2019 гг. они привлекли 28 млн руб., в том числе от фонда TealTech. Дополнительные 19,3 млн руб. (\$296 тыс.) не были приняты во внимание в наших расчётах.

В случае когда проинвестированный бизнес находился на стыке двух и более направлений, мы относили его к EdTech, если образовательная компонента является неотъемлемой частью core service: например, мы причислили платформу для тренировки будущих киберспортсменов Learn 2 Play к направлению онлайн-образования.

Независимые оценки инвестиций в отечественный EdTech практически отсутствуют. Согласно совместному [отчёту](#) RB Partners, RMG Partners и Firrma, во втором полугодии 2017 года на сделки в сфере образования в российском венчуре (без учёта b2b-сегмента) пришлось около \$8 млн, или 520 млн руб. В 2018 году, показывает [аналитика](#) Inc. и РБК, в образовательные проекты было инвестировано около 138,1 млн руб. (или порядка \$2,1 млн). Между тем только за первую половину 2019 года, если верить тому же [источнику](#), в рассматриваемом сегменте было заключено сделок

на целых 422 млн руб. (около \$6,5 млн). Таким образом, с июля 2017 года по июль 2019 года в локальные EdTech-проекты было вложено приблизительно \$16,6 млн. С нашей точки зрения, это крайне консервативная оценка.

Есть и значительно более оптимистичные оценки. Согласно результатам анализа, проведённого венчурным инвестором Алексеем Соловьёвым, в одном только 2019 году инвестиции в российский EdTech могли измеряться суммой на уровне \$55–75 млн.

Таким образом, с учётом экспертных оценок непубличных сделок и сделок неуточнённой величины, достоверно будет предположить, что движения венчурного капитала в российском онлайн-образовании сгенерировали за период с августа 2017 года по октябрь 2019 года не менее \$80 млн.

Значимые сделки 2017–2019 гг.

2017

- В августе 2017 года стало известно о том, что структуры «Севергрупп» купили 40% акции образовательного холдинга «Нетология-групп».

2018

- В начале 2018 года фонд Baring Vostok получил миноритарную долю в бизнесе онлайн-школы английского языка Skyeng, предположительно за сумму порядка \$15 млн
- Осенью 2018 года Mail.ru Group купила 11,7% компании «Алгоритмика». Исходя из **годовой выручки** проекта, подсчитанной составителями рейтинга РБК (143 млн руб. за 2018 год, или \$2,2 млн), при мультипликаторе на уровне x4 стоимость пакета могла составить \$1,0–1,2 млн.

2019

- Летом 2019 года было официально заявлено о том, что фонд Skolkovo Digital и другие инвесторы вложили 390 млн руб. (около \$6 млн) в онлайн-платформу Maximum Education.
- Также в течение 2019 года Mail.ru Group довела до 60,3% свою долю в бизнесе ДПО-платформы Skillbox (сумма сделки не обнародована).

Инвестиции: тенденции и факты

За отчётный период по итогам анализа агрегированных нами данных выделяются следующие топовые направления инвестиций:

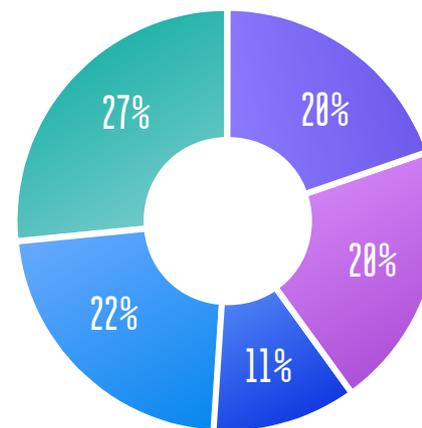
- общее среднее и дополнительное школьное образование (12 сделок);
- языковое обучение (9 сделок);
- дополнительное профессиональное образование, или ДПО (9 сделок);
- корпоративное образование (5 сделок).

В дополнительном школьном образовании наиболее выражен интерес к обучению детей программированию онлайн или по смешанной модели. В дополнительном профессиональном образовании — обучение взрослых современным digital-специальностям, в первую очередь IT.

Если говорить о целевой аудитории и нише, больше всего инвесторы верят в продукты и сервисы на уровне дополнительного школьного образования и ДПО, лежащие в плоскости навыкового обучения (в частности, обучения программированию).

Что касается типов проектов, то максимально привлекательны платформенные решения, формирующие инфраструктуру в своём направлении образования, например «Фоксфорд» и «Учи.ру».

Главные направления инвестиций в российском онлайн-образовании (августа 2017 — октябрь 2019)*



- 27% — школьное образование
- 20% — языковое обучение
- 20% — дополнительное профессиональное образование (ДПО)
- 11% — корпоративное образование
- 22% — прочее

*Из 45 публично объявленных сделок



**Данная информация представлена партнером исследования
Агентством инноваций Москвы EdTech: перспективные направления развития, 2019**

В мировом масштабе проникновение EdTech-решений наиболее заметно в сегментах школьного и дополнительного профессионального образования. При этом наблюдаются региональные особенности распространения EdTech в формальных образовательных средах, что находит отражение в практиках инвестирования. Так, в США две трети всех EdTech-инвестиций сконцентрировано в сегменте продуктов для школ и вузов, что связано с высоким уровнем цифровизации и частного финансирования этих институтов. В Европе, напротив, лишь 20% инвесторов готовы вкладываться в подобные проекты из-за ограниченной цифровизации и длительного цикла продаж.

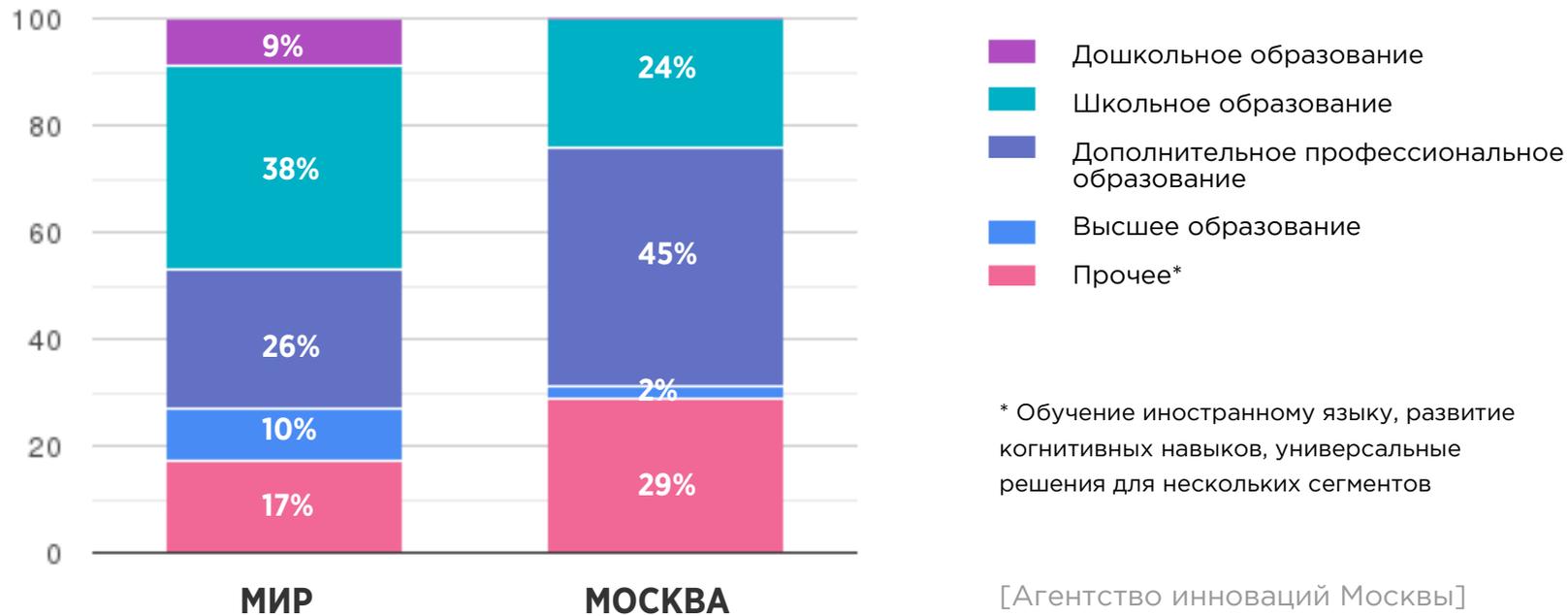
Если говорить в целом о распределении EdTech внутри отдельных сегментов рынка образования, то, по оценкам Агентства инноваций Москвы, проникновение образовательных онлайн-технологий

на зарубежных рынках происходит с заметно большей равномерностью, чем в России. Аналитика, представленная агентством, отражает ситуацию на московском рынке в сравнении с глобальным, однако мы полагаем, что, будучи флагманским сегментом российского EdTech, московский рынок задаёт тенденции и наблюдаемые диспропорции в столице могут реализоваться и в общероссийских масштабах. В Москве наиболее высоко проникновение EdTech-решений в сегменте дополнительного профессионального образования, а также школьного образования (включая дополнительное школьное), но, в отличие от мирового рынка, практически не представлены сервисы для дошкольников и решения в сегменте высшего образования.



Распределение EdTech-стартапов в Москве и мире по образовательным сегментам

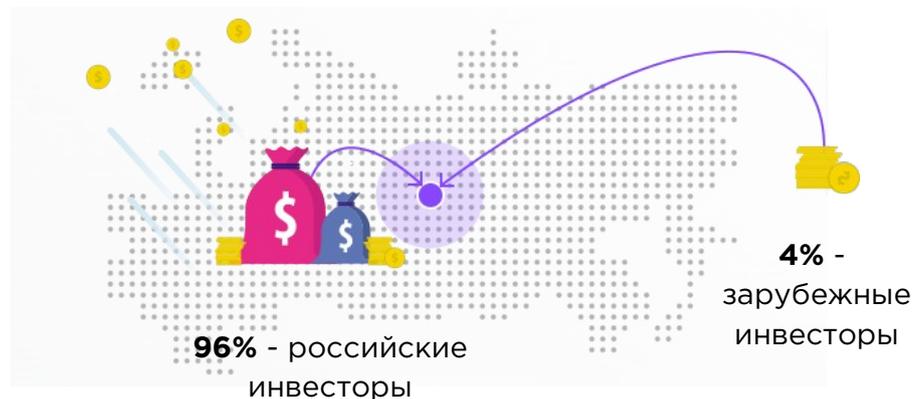
% от общего количества стартапов



I ИНВЕСТИЦИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ФАКТЫ

Практически все из наиболее щедро проинвестированных в 2017–2019 гг. EdTech-проектов, включая «Нетологию» и Skyeng, открыли в эти годы направления, фокусирующиеся на корпоративном образовании. С одной стороны, для них это логический путь развития, с другой — фактор, повышающий их инвестиционную привлекательность. Достаточно сказать, что, согласно отчёту Всемирного экономического форума, **приблизительно 70% российских компаний оказались готовы переучить своих сотрудников к 2020 году.** Экспансия онлайн-игроков рынка в корпоративный сектор, таким образом, остаётся стратегически важной точкой роста для образовательного бизнеса. Однако опыт последних двух-трёх лет показал, что развитие в этом направлении встречает препятствия, для преодоления которых ещё не выработаны эффективные и реплицируемые решения.

Львиная доля венчурного капитала, влитого за эти годы в российское онлайн-образование, исходит от российских же инвесторов. С участием зарубежных игроков было совершено лишь 4% сделок (9 шт.), что сопоставимо с показателями 2014–2016 гг. Вместе с тем инвесторы российские теперь чаще вкладываются в EdTech-стартапы, изначально нацеленные на международную экспансию. Видимо, их вдохновляет, как развивают бизнес в других странах такие проекты, как «Учи.ру»



и iSpring. Кроме того, сказывается общая конъюнктура венчурного рынка (чем дальше, тем сложнее добиться следующего инвестраунда тем b2c-стартапам, «геном» которых рассчитан только на локальную аудиторию).

Примечательно, что лишь шесть компаний — «Нетология», Maximum Education, Skyeng, Wikium, MEL Science, ProctorEdu — из тех, инвестиции в которые за период с марта 2014 года по март 2016 года мы зафиксировали в исследовании Edmarket.Digital-2017 — получили повторные инвестиции за август 2017-го — октябрь 2019 года. Можно заключить, что классический **«инвестиционный маршрут», с последовательным венчурным финансированием стартапа, в Рунете пока доступен флагманам EdTech-индустрии, а большая часть вложений носит точечный характер. Однако есть предпосылки к изменению инвестклимата в благоприятную сторону.**

ИНВЕСТИЦИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ФАКТЫ

Наиболее активные в EdTech-игроки венчурного рынка — это Mail.ru Group, Skolkovo Digital, Buran Venture Capital, Prostor Capital, частные инвесторы Сергей Солонин и Александр Рудик, ФРИИ. С точки зрения количества проведённых сделок, лидируют Сергей Солонин и Александр Рудик. Если же говорить о крупных раундах, то большинство активных на рынке онлайн-образования фондов за минувшие два года провели по одной масштабной сделке.



Алексей Соловьёв,
венчурный инвестор,
основатель инвестиционной
компании A.Partners:

На текущий момент в России с EdTech работает 10-12 фондов, способных инвестировать от 50 млн руб. за раунд.



Сценарии развития российского рынка онлайн-образования

Как мы и прогнозировали в исследовании Edmarket.Digital-2017, вес наращивают крупные digital-компании «широкого профиля» и корпорации, в первую очередь Mail.ru Group, «Яндекс», Сбербанк. Эти компании не просто экспериментируют с онлайн-образованием, а строят экосистему вокруг EdTech. В их картине мира инвестиции в сторонние продукты и сервисы, в том числе через акселерационные программы, сочетаются с самостоятельным запуском образовательных проектов. Почти у всех структур такого рода есть собственные EdTech-проекты: у

Сбербанка — «Школа 21», у МТС с его MTS Startup Hub — Smart University, у «Яндекса» — «Яндекс.Практикум», «Яндекс.Образование» и т.д. Также и не замеченный пока в венчурной активности на рынке EdTech «Мегафон» запустил свой агрегатор онлайн-курсов в ДПО «МегаФон.Образование».

В обсуждении с экспертами мы **выделили три возможных сценария развития российского рынка онлайн-образования.**

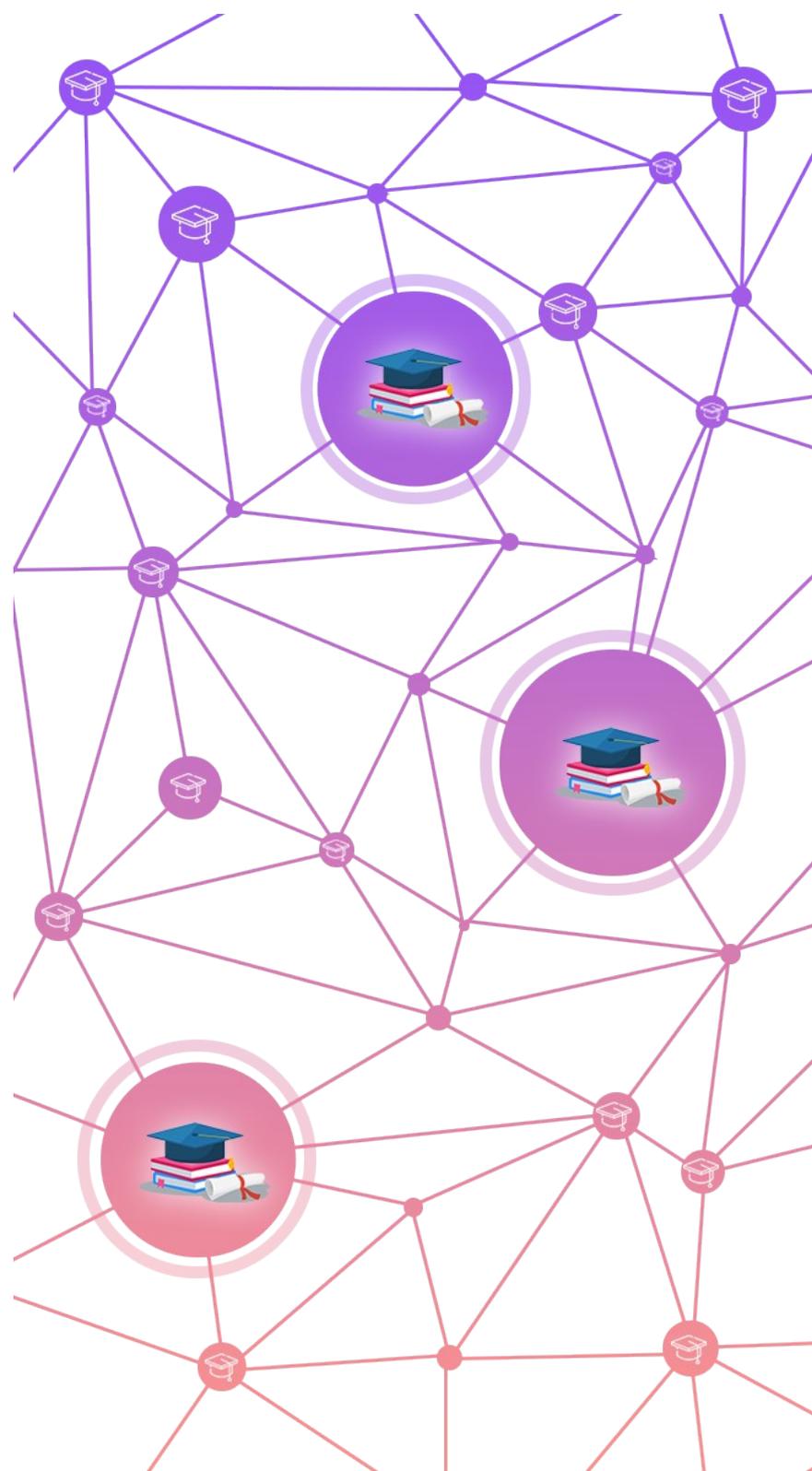
ИНВЕСТИЦИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ФАКТЫ

I. Кластеризация и стратификация российского EdTech с формированием корпуса лидеров — нескольких крупных профильных компаний (как уже существующих, так и, возможно, новых).

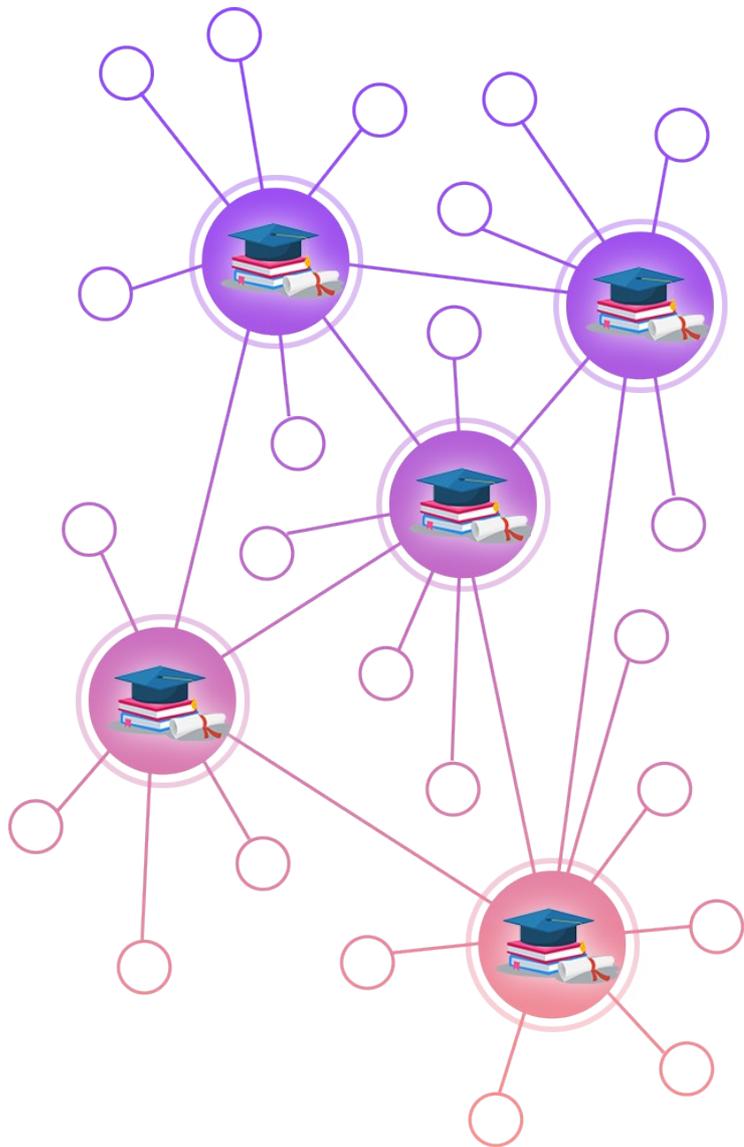


Алексей Соловьёв,
венчурный инвестор,
основатель инвестиционной
компании A.Partners:

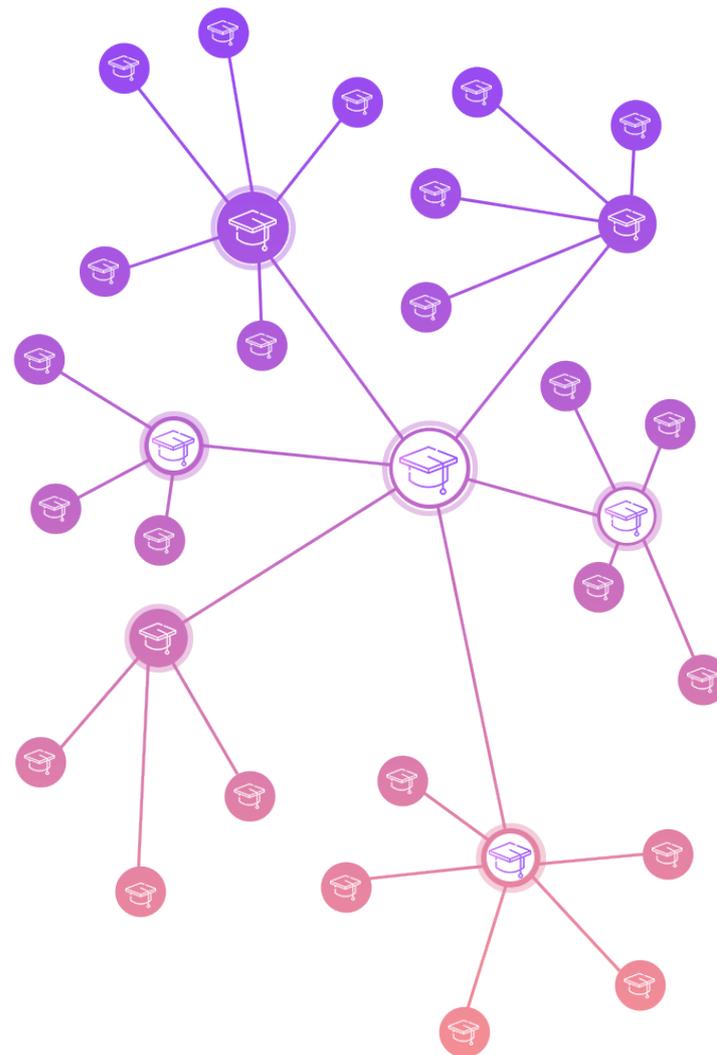
— На рынке EdTech пока не произошло радикальных изменений наподобие тех, что претерпевает e-commerce, где набирают силу такие игроки, как «Беру.ру» (совместный проект «Яндекса» и Сбербанка). Мне видится предпочтительным такой сценарий развития индустрии, при котором в отечественном EdTech сформируются и укрепят позиции гиганты, сравнимые по капитализации и общему масштабу с Avito и NN. Это вполне возможно. Для рынка будет полезнее, если компании в онлайн-образовании сохранят свою специализацию и независимость, пусть и расширяясь за счёт смежных сегментов.



II. Консолидация российского EdTech, при которой ведущими силовыми центрами рынка становятся корпорации — как традиционного типа, так и мощные интернет-игроки: «Яндекс», Mail.ru Group, Сбербанк, МТС.



III. Сохранение текущего положения вещей, то есть высокой фрагментированности рынка, острой конкуренции и постепенного снижения прибыльности в высококонкурентных сегментах рынка EdTech.



I ИНВЕСТИЦИИ: ТЕНДЕНЦИИ И ФАКТЫ

В первом и третьем сценариях, по мнению опрошенных нами экспертов по венчурному бизнесу, корпорации, прежде всего упомянутые нами «Яндекс», Mail.ru Group и Сбербанк, в ближайшие годы будут нацелены скорее на создание собственных самодостаточных EdTech-экосистем, чем на инвестиции в сторонние проекты. Таким образом, надежды, что подобные организации станут крупнейшими «стратегами» и «законодателями» в отечественном EdTech, могут не оправдаться.

Преобладают в венчурной панораме российского EdTech частные фонды и фонды с госучастием, меньше активность независимых частных инвесторов, включая бизнес-ангелов.

Как мы упоминали ранее, согласно измерениям РБК и Inc., в 2018 году произошёл ощутимый спад инвестиционной активности в российском EdTech. Несмотря на более чем скромную, на наш взгляд, количественную оценку рынка в указанном источнике, она верна в качественном отношении: по нашим подсчётам, за 2018 год в проекты из сферы онлайн-образования из числа тех 33, размеры инвестиций в которых достоверно известны, было вложено всего \$13,8 млн — притом что всего с августа 2017 года по октябрь 2019 года в отечественный EdTech «влили» как минимум \$55 млн.

Однако как по динамике венчурной активности, так и по оценкам экспертов видно, что **со второй половины 2018 года по текущий момент интерес инвесторов к образовательным проектам вернулся и продолжает расти.**

Впрочем, по отношению к периоду 2014–2016 гг., когда, по нашим расчётам, общий объём инвестиций в течение каждого отдельно взятого года ни разу не превысил \$10 млн, рост показал даже 2018 год с объёмом инвестиций в EdTech по меньшей мере на уровне \$13,7 млн.

Отметим, что в целом инвестиционная привлекательность EdTech за последние три года заметно повысилась. В соответствии с исследованием **«Стартап Барометр 2019»**, без малого **пятая часть российских стартапов сегодня — проекты в сфере образования. В дополнение к тому онлайн-образование сейчас входит в топ-5 приоритетных направлений как для инвесторов, так и для стартаперов.**

Следует добавить, что, согласно опросу, проведённому составителями отчёта **«Барометр онлайн-образования»**, 20% молодых российских EdTech-компаний за последний год (на сентябрь 2019 года) получили выручку свыше 10 млн руб.; эта доля даже чуть выше, чем в среднем по отечественной стартап-индустрии (16%).



Данная информация представлена партнером исследования
Агентством инноваций Москвы **EdTech: перспективные направления развития, 2019**

**Какие продукты могут быть
востребованы российскими
инвесторами уже в ближайшем
будущем?**

По мнению участников российского рынка EdTech, наибольшим спросом в ближайшей перспективе будут пользоваться образовательные онлайн-программы и курсы для различных целевых аудиторий, а также решения для создания собственного образовательного контента.



[Стартап кафе EdTech, Агентство инноваций Москвы]



**Спрос на технологические образовательные продукты
(помимо обязательной МЭШ и стандартных офисных программ)**

Уровень спроса	Тип цифрового решения
<p>Сформированный спрос >50% опрошенных образовательных организаций используют данное решение</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Общение с учениками и/или родителями • Планирование деятельности • Прием документов от поступающих • Создание тестов и проверочных материалов • Создание собственных курсов • Организация внеурочной деятельности учащихся • Общение с другими сотрудниками организации
<p>Формирующийся спрос >50% опрошенных образовательных организаций планируют использовать данное решение</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Развитие преподавательских навыков • Профорентация учащихся • Составление расписания • Ведение бюджета
<p>Невысокий спрос >50% опрошенных образовательных организаций не используют и не планируют использовать</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Решения для подготовки к экзаменам

Например, в сегменте школьного образования наблюдается сформированный спрос на сервисы для управления административными процессами (приём документов от поступающих, планирование деятельности учебного заведения и пр.) и для коммуникации (между сотрудниками, с учениками и / или родителями). Директора школ также заинтересованы в инструментах для создания проверочных материалов и собственных учебных курсов. Начинает формироваться спрос на продукты для развития преподавательских навыков и профорientации учащихся.

*Опрос директоров школ - участников
Стратегической сессии «EdTech и
трансформация школы»*

[Стратегическая сессия «EdTech и трансформация школы», Агентство инноваций Москвы]

Акселераторы как одна из опор будущего EdTech

В 2017–2019 гг. заметно увеличилось число акселераторов, ориентированных на работу в поле онлайн-образования. Это знаменует переход рынка к более системной работе с объектами инвестиций, в том числе с целью снизить их итоговую «смертность» и привить market-driven мышление в разработке образовательных продуктов и сервисов.



Наталья Царевская-Дякина,
генеральный директор
акселератора Ed2:

— Рынок настолько молодой, что до сих пор нет профильных фондов с фокусом на EdTech. Только-только появились профильные акселераторы. Однако на конец 2019 года в стадии формирования находилось три фонда, нацеленных на инвестиции в EdTech или технологии в образовании.



I АКСЕЛЕРАТОРЫ КАК ОДНА ИЗ ОПОР БУДУЩЕГО EDTECH

- Продолжает проводить наборы бизнес-акселератор образовательных проектов **«Лобачевский»**. В числе выпускников его программы — приложение VRScience.
- В 2017 году был запущен акселератор для проектов в сфере онлайн-образования **ED2 EdTech**. Партнёр инициативы — компания «Иннопрактика», оператор — Global Venture Alliance. Участие в программе для стартапов бесплатное и не требует отчуждения доли бизнеса в пользу площадки. В числе финалистов программы — проекты LanguageHeroes, Phoenix Education, Sikorsky Academy, VR Concept.
- Также в 2018 году открылся **Фонд поддержки социальных проектов** при АСИ, акселерационная программа которого нацелена в том числе на молодые образовательные компании. Среди её выпускников — Lampa.io и «Кубок ЕГЭ».
- В 2018 году начал действовать совместный **акселератор** 500 Startups и Сбербанка, в чьи приоритеты входит EdTech; его программу прошли, в частности, Mishka AI и ProctorEdu. Участникам второй волны «Сбербанк 500 Startups» с высокими промежуточными результатами будет выделено по 6 млн руб. в формате конвертируемого займа в 5% уставного капитала бизнеса.

- Свой акселератор для образовательных стартапов — **Startup.EdMarket** — открыла в октябре 2019 года «Нетология-групп». Создателям наиболее перспективных проектов будут предложены инвестиции в размере до 10 млн руб. Площадка предусматривает несколько форматов участия:

- платную акселерацию без вхождения «Нетологии» в капитал стартапа;
- бесплатную, за 10%-ю долю в компании;
- бесплатную, за процент от будущих продаж.

Суммарно на горизонте четырёх лет «Нетология» собирается инвестировать в 10–15 проектов, получив 30–60% в их бизнесе.

- В 2017–2019 нарастил присутствие на рынке акселератор онлайн-школ **Accel**. К традиционным бизнес-акселераторам его отнести нельзя: фактически компания продаёт инфопродукт, на базе которого предлагает запускать собственные образовательные продукты.

- В конце октября было объявлено об открытии **EdTech Accelerator Daniil** (основатели — Кирилл Захарин, Оксана Алексеенко, Алексей Якубан). Его акселерационная программа предполагает, в числе прочего, грант на \$50 тыс. наиболее перспективным стартапам.

Актуальные инвестиционные инициативы

- К концу 2018 года издательство «Просвещение» договорилось с ФРИИ об открытии совместного акселераторе EdTech-проектов. Расчётный объём инвестиций — до 3 млрд руб. (+500 млн руб. со стороны ФРИИ, итого приблизительно \$54 млн). Несколько таких инвестиций нашло отражение в нашем реестре сделок.

- Летом 2019 года было окончательно утверждено соглашение о запуске Фонда развития образовательных технологий в рамках федерального проекта «Кадры для цифровой экономики». Его целевой размер — 6,9 млрд руб. (около \$105 млн). До конца 2019 года РВК предполагал выбрать управляющую компанию для фонда (насколько нам известно, такая компания пока не найдена).

- В сентябре «Яндекс» опубликовал план по развитию своей **«Образовательной инициативы»**. На протяжении следующих трёх лет компания собирается инвестировать 5 млрд руб. (порядка \$77 млн) в образовательные проекты в сфере

школьного, высшего и дополнительного профессионального образования.

- Запущенный в 2019 году «инвестиционный маркетплейс» **United Investors** (учредители — Аркадий Морейнис, Александр Горный, Алексей Черняк) также держит в фокусе индустрию EdTech.

- Обещает быть активным в сфере онлайн-образования и фонд «Московского инновационного кластера», документы о создании которого были подписаны в апреле 2019 года.

- «Поддержать перспективные образовательные стартапы» собирается также руководство корпорации «Российский учебник» (о финансовой стороне возможного взаимодействия пока неизвестно). Ранее, в октябре 2018 года, «Российский учебник» и компания «ЯКласс» договорились совместно разрабатывать образовательные сервисы для учителей и школьников.

АКТУАЛЬНЫЕ ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ИНИЦИАТИВЫ

Что касается государства, то, хотя оно усиливает внимание к EdTech, его собственные начинания на уровне онлайн-образования, такие как Национальная технологическая инициатива и «Университет 20.35», пока не оказывают существенного влияния на состояние рынка. Вероятнее всего, значительная часть государственных средств, выделяемых на поддержку цифровых технологий в образовании, будет пущена на проекты инфраструктурные, связанные с госинициативами.

Вместе с тем нельзя не упомянуть как о значимом прецеденте о партнёрстве «Яндекса» и «Университета 20.35», которые договорились о запуске совместной образовательной программы по анализу данных: разработанная командой «Яндекс.Практикума», та будет доступна с декабря 2019 года онлайн, на платформе университета, студентам 100 российских вузов. Если ландшафт отечественного онлайн-образования в обозримом будущем и претерпит заметные изменения под влиянием государства, то именно за счёт подобных коллабораций между ним и частным бизнесом.



Алексей Соловьёв,
венчурный инвестор,
основатель инвестиционной
компании A.Partners:

— С точки зрения инвестиционной «хайповости» EdTech как ниша находится на пике. Есть вероятность того, что в 2020 году, перевалив через этот пик, она медленно пойдёт на убыль. Не состоялся запуск фонда РВК на 6,9 млрд руб., но, возможно, будут реализованы планы «Яндекса» вложить в образовательные проекты порядка 5 млрд руб. на протяжении ближайших трёх лет. В индустрии достаточно обширный пайплайн EdTech-стартапов, которые способны принять эти инвестиции.



Основные выводы

- С августа 2017 по октябрь 2019 года в российском EdTech наша исследовательская группа зафиксировала сделок на \$55 млн (мы принимали во внимание исключительно те, данные о которых достоверны и официально обнародованы). Общий же объем инвестиций, согласно экспертным оценкам и по косвенным данным, мог превысить \$80 млн.

- **2019 год стал рекордным для российского онлайн-образования:** только за период с января по август в отрасли было совершено инвестиций как минимум на \$34,5 млн.

- Наиболее актуальные и инвестиционно привлекательные направления в российском EdTech совпадают с общемировыми. Это в первую очередь:

- общее среднее и дополнительное школьное образование
- дополнительное профессиональное образование;
- корпоративное образование.

- **Большая часть публичных сделок в российском EdTech осуществляется при участии местных игроков.** Лишь к 4% обнаруженных нами сделок были причастны зарубежные интересанты.

- Наиболее активные в EdTech на протяжении 2018–2019 годов игроки венчурного рынка: Mail.ru Group, Skolkovo Digital, Buran Venture Capital, Prostor Capital, частные инвесторы Сергей Солонин и Александр Рудик, ФРИИ.

- **Выделяются три основных сценария развития российского рынка онлайн-образования:**

- I. Кластеризация и стратификация российского EdTech с формированием корпуса лидеров.
- II. Консолидация российского EdTech, при которой ведущими силовыми центрами рынка становятся корпорации.
- III. Сохранение текущего положения вещей с высокой фрагментированностью рынка.

Часть 3. Обзор отдельных сегментов **российского** **рынка образования**

Дошкольное образование

Рынок формального дошкольного образования в России в 2019 году исчислялся суммой порядка 407 млрд руб. Ещё около 30 млрд руб. в год приходится на дополнительное обучение детей дошкольного возраста и на дополнительное образование для молодых родителей. **Таким образом, рынок оценивается в 437 млрд руб. в год. В свою очередь, ёмкость онлайн-сегмента, по нашей оценке, приближается к отметке 1 млрд руб. в год.**

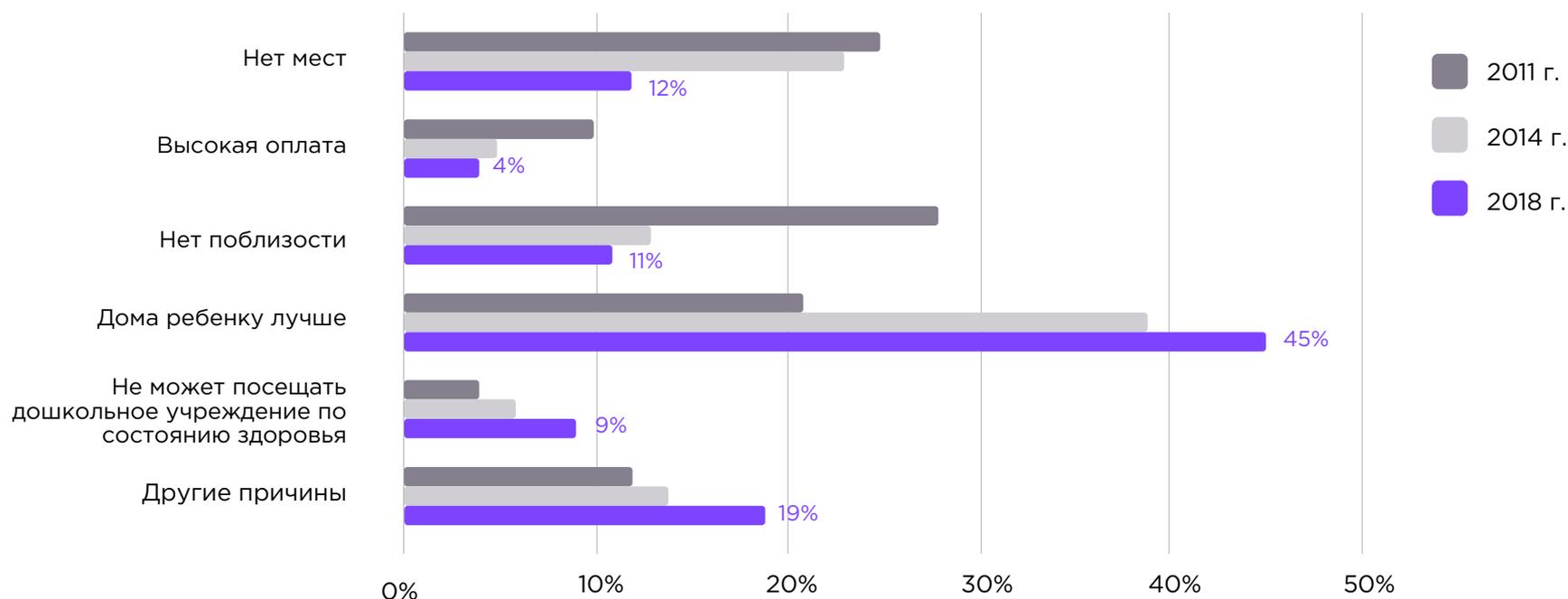
Охват детей дошкольного возраста (3–6 лет) формальной образовательной инфраструктурой в начале 2019 года составлял 67%* (приблизительно 7,5 млн детей). Около 3,9 млн детей в настоящее время не посещают учреждений дошкольного образования. Данные говорят о том, что проблема отсутствия мест в детских садах сравнительно успешно решается.

Доля родителей, отметивших в качестве основной причины непосещения ребенком детского сада отсутствие мест, с 23% в 2014 году сократилась до 12% в 2018 году (по сведениям комплексного выборочного исследования Росстата), однако при этом выросла с 39% до 45% доля родителей, чьи дети не помещают детских садов по добровольному решению родителей («дома ребёнку лучше»).



* Показатель постепенно увеличивается, но происходит это крайне медленно.

Причина непосещения детских садов



В 2019 году расходы бюджета на обучение одного воспитанника в год, по нашим оценкам, составили порядка 303 млрд руб. Еще 103,5 млрд руб. за посещение детсадов детьми заплатили родители. Данные официальной статистики, отражённые в отчетах ВШЭ, говорят о снижении ежемесячных расходов на услуги дошкольных учреждений, причём и в государственном, и в частном секторе. Так, по данным за 2017 год, средний размер ежемесячных расходов на услуги государственных детских садов снизился на 6% — до 2066 руб., хотя

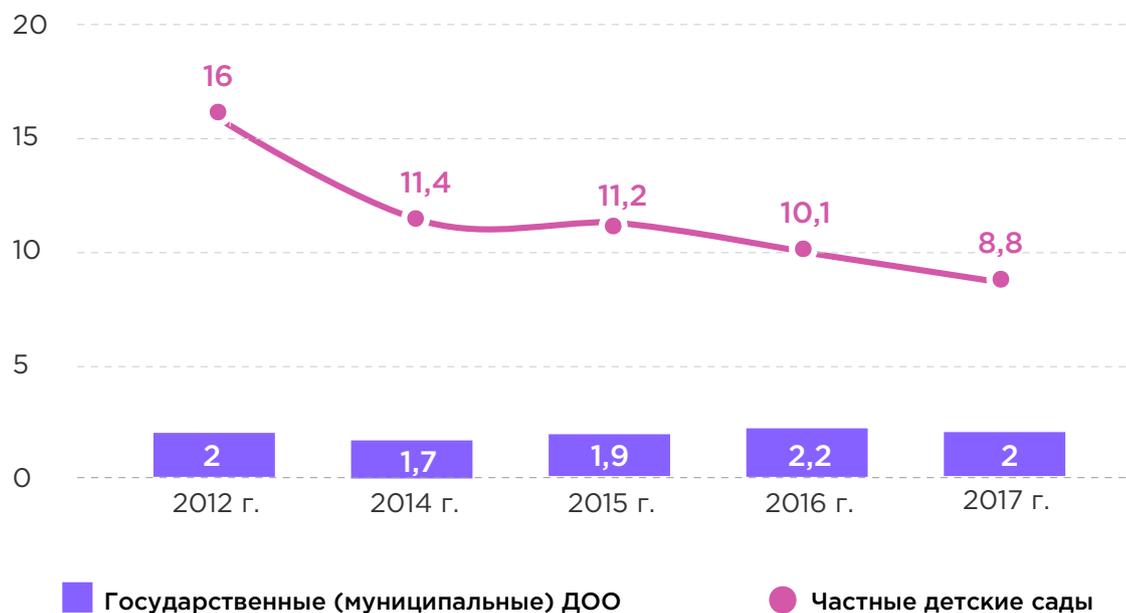
до того на протяжении двух лет показатель, наоборот, увеличивался. Кроме того, очевидна тенденция к сокращению разрыва между расходами на услуги бюджетных и частных учреждений: ещё в 2012 году за частные детские сады платили в среднем по 15,9 тыс. руб. в месяц (в 8 раз больше, чем за государственные детские сады), но уже в 2017 году соотношение расходов в частном и государственном секторе составило 4,5 к 1 (8,8 тыс. руб. к 2 тыс. руб.).

ДОШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Статистика демонстрирует, что частное дошкольное образование движется к большей доступности. По результатам 2019 года, мы оцениваем долю охвата аудитории частными дошкольными учреждениями в 1,65%. Она обещает достигнуть 2,2% в 2024 году. В денежном выражении доля формального частного

образовательного сектора в сегменте составляет порядка 24 млрд руб. и 6,0–6,5% от рынка в целом с перспективой роста до 31 млрд руб. в 2024 году (прогноз строится на позитивных ожиданиях относительно динамики охвата аудитории рынка частной инфраструктурой).

**Расходы на услуги государственных ДОО
и частных детских садов по годам (в тыс. рублей)**



I ДОШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Рынок дополнительного образования детей стабильно растёт. По данным ВШЭ, в 2015–2017 гг. число учреждений, оказывающих услуги дополнительного образования детей всех возрастов, увеличилось с 32 тыс. до 56,3 тыс. Только 3% этих организаций являются частными (а их доля от рынка, то есть доля от всех услуг, составляет порядка 1,7%), 86% находятся в ведении муниципальных властей, 11% — в ведении региональных властей.

В 2017 году 46% детей, посещавших государственные дошкольные учреждения, посещали и дополнительные занятия в детском саду, а расходы на обучение измерялись 11,8 тыс. руб. за год; ещё 33% родителей отметили, что их дети посещали дополнительные

занятия за пределами детских садов (расходы составили 21,9 тыс. руб. за год). Подавляющее большинство детей дошкольного возраста (75%) посещают один кружок или секцию, 18% — два. Так как пересечения между двумя сегментами вероятны, сложно оценить долю охвата детей дошкольного возраста дополнительным образованием, поэтому мы принимаем показатель, приведённый в отчете ВШЭ*, — порядка 69% (41% из них являются платными, но в пересчёте на всю когорту детей дошкольного возраста мы получаем 10–14%**). В среднем дети дошкольного возраста тратят 2,6 дня в неделю на дополнительное обучение, занятия длятся 4,3 часа в неделю (более подробные выкладки ниже основываются на материалах исследования ВШЭ).

Временные затраты на дополнительное образование



* Показатель постепенно увеличивается, но происходит это крайне медленно.

** Анализ изменений в сфере дошкольного образования / ВШЭ.

Основные выводы

- Государственная система дошкольного образования за последние годы показала, что эффективно справляется с проблемой нехватки мест в детских садах.
- **Дошкольное образование стало в среднем доступнее.** Этот вывод касается как государственных, так и частных дошкольных учреждений. Разрыв в расходах семей на услуги государственных и частных детских садов постепенно сокращается, и этот тренд (наряду с исторической и демографической динамикой) формирует сдержанные, но позитивные ожидания относительно роста частного сектора в системе дошкольного образования: ожидается, что к 2024 году этот рынок превысит отметку 30 млрд руб.
- **Сегмент дополнительного обучения детей дошкольного возраста продолжает расти.** Сейчас дополнительное образование детей реализуется как в детских садах, так и в других организациях. С учётом того, что только 41% дополнительных образовательных услуг являются платными, потенциал развития бизнеса в этой сфере очевиден.



Общее среднее образование

Коммерческая оценка рынка общего среднего образования складывается из бюджетных расходов, родительской платы за обучение и суммы расходов на подушевое финансирование в частных школах. **По оценке на конец 2019 года, объём рынка среднего общего образования в России составлял порядка 642 млрд руб. На частные школы в тот период, согласно нашим расчётам, из названной суммы приходилось не более 35 млрд руб.** Доля проникновения онлайн-образования по-прежнему невелика (если не включать дополнительное обучение предметам школьной программы). По нашим оценкам, она не превышает 1,5 млрд руб. в год. и формируется, в основном, из доходов компаний, предоставляющих современные решения в сфере контроля и учёта процесса и результатов обучения.

Большая часть продуктов на рынке — электронные дневники и контентные платформы для учителей, но онлайн-продукты, которые удалось успешно встроить в процесс обучения (в первую очередь

сопроводительные платформы для учёта и контроля знаний), монетизируются скорее за счёт рекламных интеграций, а не за счёт предоставления образовательных услуг как таковых.

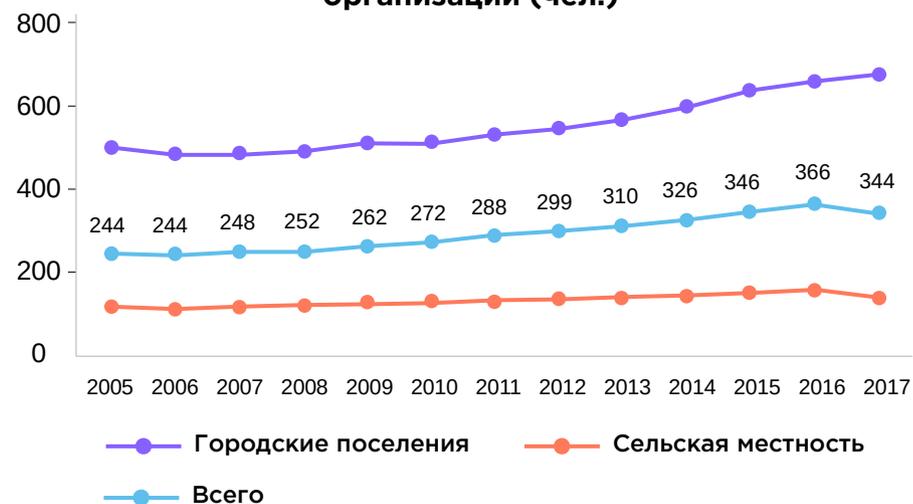
Прогноз, сделанный в 2016 году, в целом оправдался. В совокупности рынок показывал стабильный рост — с 572 млрд руб. в 2016 году. Причём, оставаясь всё ещё относительно скромной, доля частных денег за три года также выросла — с 28 млрд руб. до 35 млрд руб.



ОБЩЕЕ СРЕДНЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Мы прогнозируем рост рынка частных школ до 44,5 млрд руб. по итогам 2023 года, тогда как рынок среднего общего образования в целом приблизится к отметке 760 млрд. Однако такая динамика роста определяется нерыночными факторами — в первую очередь демографическим прогнозом (численность когорты учащихся школ, согласно ему, по итогам 2023 года превысит 19 млн человек). Мощный демографический тренд определяет развитие рынка — так, аналитики ВШЭ отмечают*, что с 2010 по 2018 гг. численность когорты несовершеннолетних в возрасте 7-17 лет выросла на 14,9%, или на 2 млн человек. Вопрос лишь в том, готова ли система государственных школ справляться с такой нагрузкой. В результате реорганизации российских школ их численность стабильно убывала с 2005 по 2016 гг. включительно (вплоть до 41,3 тыс. организаций), но уже в 2017 году показатель демонстрировал рост (до 45,4 тыс. школ). Однако такая динамика всё ещё не успевает за темпами роста населения: по данным ВШЭ, доля охвата школьным образованием не снижалась, но при этом росла загруженность школ (максимальный показатель был достигнут в 2016 году — 363 ученика в школе и в среднем порядка 25 в одном классе).

Средняя численность школьников, обучающихся в одной общеобразовательной организации (чел.)



Средняя наполняемость классов общеобразовательных организаций в разрезе городских поселений и сельской местности (чел.)



* Российская школа // ВШЭ.



Данная информация представлена партнером исследования
Агентством инноваций Москвы **EdTech: перспективные направления развития, 2019**

Международный опыт имплементации образовательных онлайн-технологий в школьное обучение

В интеграции в школьное образование EdTech-компании придерживаются в основном двух сценариев. В первом они разрабатывают программы в соответствии с учебными планами и государственными образовательными стандартами. Этот путь особенно характерен для компаний из Индии и Китая, однако он в меньшей степени представлен в Москве. Продукты этого типа наиболее привлекательны для инвесторов — на них приходится почти половина всех инвестиций группы, включающей разнообразный образовательный контент. Основная модель монетизации — это подписка или оплата отдельных курсов. С течением времени ряд компаний переориентировались с конечного потребителя (школьника) на учебные заведения — предоставляют школам пакетные решения,

включающие набор оборудования, ПО и доступ к уникальному контенту, а также консультационные услуги по интегрированию интерактивных форматов в традиционный план обучения.

Ярким примером подобного продукта является индийская компания Torrr. Основанная в 2013 году, компания фокусировалась на подготовке к экзаменам, однако со временем переориентировалась на образовательные программы, соответствующие стандартам различных индийских штатов. В 2019 г. получила \$65 млн инвестиций. Компания начинала с 40 тысяч образовательных материалов, теперь же на платформе 2 миллиона материалов, к которым обращается почти 7 миллионов пользователей. Продукт совмещает как более классические видеоуроки, так и видеоуроки, адаптирующиеся тренировочные сессии и тесты с возможностью задать вопросы учителю онлайн.

I ОБЩЕЕ СРЕДНЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ



АГЕНТСТВО
ИННОВАЦИЙ
ГОРОДА
МОСКВЫ

Трансформация системы образования и развитие новых форматов обучения делают необходимым изменение подходов к управлению учебными и административными процессами в образовательных организациях. Растёт спрос на решения по формированию образовательных траекторий учащихся для обеспечения преемственности и связанности разнообразного образовательного опыта (+183% — средние ежегодные темпы роста инвестиций в мире за 2015-2018 гг.). Также растёт спрос на сервисы для обучения преподавателей, так как подходы к учебному процессу стремительно меняются под влиянием новых технологий (+282% среднегодовой рост инвестиций в 2015-2018 гг.). В основе большинства решений данной группы — анализ больших данных. В Москве данный сегмент практически не представлен. Начиная с 2017 г., активно развиваются

Learning experience platforms — платформы, которые интегрируют контент по конкретной теме из различных источников с ручной модерацией или за счет искусственного интеллекта и выдают готовый курс с учетом потребностей пользователя. В сегменте школьного образования продукты, нацеленные на управление учебными и административными процессами, занимают второе место после программ по изучению школьных предметов.

Компания Kidaptive, основанная в 2012 году в Сан-Франциско, разрабатывает платформы адаптированного обучения, которые помогают образовательным организациям максимально эффективно использовать имеющиеся данные для повышения качества и персонализации учебного процесса.

Основные выводы

- Проникновение онлайн-технологий в общее среднее образование остаётся неглубоким. На EdTech в сегменте приходится не более 1,5 млрд руб. в год. Вместе с тем рынок в целом вырос на 70 млрд руб. за три года (до 642 млрд руб.), и доля частного бизнеса в нём тоже планомерно увеличивается и измерялась 35 млрд руб. на 2019 года (+25% с 2016 года).
- В немалой степени перспективы рынка связаны с демографическим трендом: численность когорты несовершеннолетних в возрасте 7-17 лет в России за 2010-2018 гг. увеличилась на 2 млн человек.
- Таким образом, у общего среднего образования сохраняется заметный потенциал для внедрения коммерческих EdTech-решений.



Дополнительное школьное образование

По оценке СРО компании «Фоксфорд» Владимира Алёшина, российский рынок дополнительного образования по предметам основной школьной программы в 2019 году исчислялся суммой в пределах 30 млрд руб., с той оговоркой, что с финансовой точки зрения деятельность репетиторов слабо поддаётся точному измерению. Если же учитывать при этом **дополнительное образование детей школьного возраста по всем формам обучения и досуга**, а не только дополнительное изучение общеобразовательных дисциплин, то **объём рынка по итогам 2019 года составил более 140 млрд руб.** На онлайн-часть приходится меньше трети от ёмкости сегмента **дополнительного изучения общеобразовательных дисциплин, то есть не более 10 млрд руб.;** основную выручку в нём генерируют онлайн-школы и образовательные платформы.

Рынку дополнительного школьного образования по школьным предметам в целом присуща крепкая положительная динамика — порядка +10% год к году, вместе с тем онлайн-сегмент ожидаемо растёт более стремительными темпами, ежегодно прибавляя, в соответствии с экспертными выкладками, около 33%.



I ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Как мы отметили ранее, онлайн-сегмент глобального рынка K-12 показывает быстрый рост, и Россия находится в русле общего тренда: современные родители всё чаще инвестируют в обучение детей. Из отчёта ВШЭ следует, что в 2018 году доля семей в Москве, вкладывающихся в дополнительное образование детей, достигла 50%, а в городах-миллионниках — 38%. Причём даже среди семей с низкими доходами почти четверть (24%) платила за дополнительное образование детей. Динамика доли охвата детей в возрасте от 5 до 18 лет всеми формами дополнительного образования демонстрирует устойчивый рост, и к началу 2018 года показатель охвата составлял 79%* (порядка 16,3 млн детей; +11 пп. к предыдущему году).

По оценке представителя компании Maximum Education, **10-20% школьников страны занимается онлайн по программам дополнительного среднего образования.**

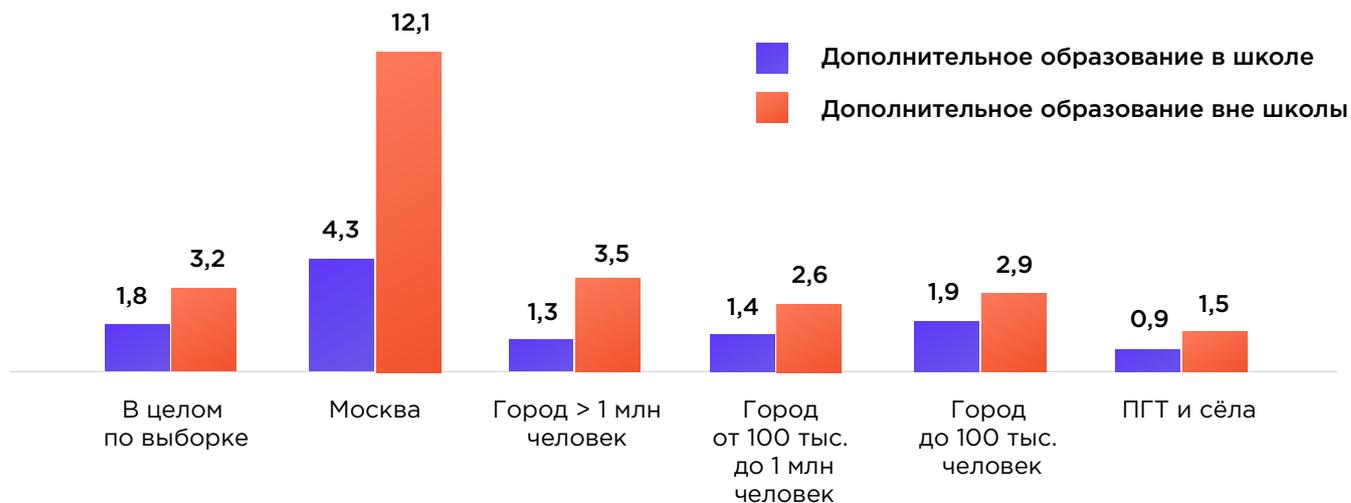
Средние чеки за образование детей разнятся в зависимости от региона, провайдера обучения (в школе или вне школы) и формы обучения.

За дополнительное образование в рамках школы, по данным, приведённым в 2018 году, родители платили в среднем 1,8 тыс. руб. в месяц (4,3 тыс. руб. в Москве, 1,3 тыс. руб. в миллионниках). **А вот разброс цен на обучение вне школы оказался более широким: 3,2 тыс. руб. в среднем по выборке, однако 12,1 тыс. руб. в Москве и 3,5 тыс. руб. в городах-миллионниках.** По данным представителей компании «Фоксфорд», чеки за обучение в онлайн-школе могут достигать 10 тыс. руб. в месяц, но медианный показатель равен 2 тыс. руб., и он точнее отражает положение дел на рынке в целом.

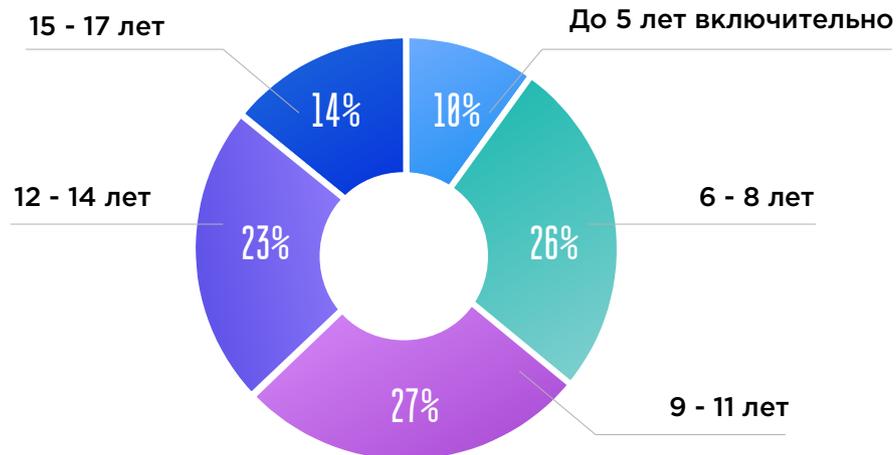
Интересна статистика распределения обучающихся по возрасту: **лишь 14% аудитории дополнительного школьного образования составляют 15-17-летние.** Между тем известно, что этот сегмент остаётся самым активным с точки зрения коммерческой отдачи. Также заметный тренд в школьной подготовке, по мнению одного из игроков рынка, — ежегодное сокращение доли занимающихся по естественно-научным дисциплинам в пользу увеличения доли тех, кто изучает гуманитарные.

* Однако показатель с трудом поддаётся статистическому учёту и существенно варьируется от 69% (НИУ ВШЭ и «Левада-центр») до приведённых в тексте 79%.

Средняя сумма расходов на дополнительное образование в рамках и вне школы в разрезе типов населенного пункта (тыс. руб.)



Возрастная структура обучающихся по дополнительным образовательным программам (%)



Источники: Данные Росстата; Форма 1-ДОП

I ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

С точки зрения состава участников, сегмент дополнительного школьного образования заметно фрагментирован, и значительную часть его составляют работающие в офлайне частные репетиторы. Среди игроков, которые действуют в онлайн, можно выделить компании «Алгоритмика», «Учи.ру», «Фоксфорд», «ЯКласс», Skyeng. Кроме того, постепенно в индустрию приходят корпорации с продуктами для неё, в том числе МТС, Ростелеком и «Яндекс».

В технологическом отношении направление дополнительного школьного образования также является одним из драйвером российского EdTech.



Михаил Мягков, основатель компании Maximum Education:

— Технологии в нашем сегменте развиваются, многие большие компании смотрят на западные рынки и стараются имплементировать лучшие технологические тенденции и практики. Сейчас тренд на развитие технологий на базе ИИ. Крупные образовательные компании, которые работают в онлайн, активно развивают направление data science. Мы также фокусируемся на анализе больших данных, прежде всего для решения глобальной проблемы — автоматизации мотивации учащихся. Работа идёт в нескольких направлениях: распознавание и анализ видео и голоса, анализ сценариев поведения учеников, построение рекомендательных моделей, персонализация обучения, автоматизация работы преподавателей.



Основные выводы

- По итогам 2019 года размер российского рынка обучения по предметам основной школьной программы в 2019 году фиксируется на уровне 30 млрд руб. В то же время рынок всех образовательных практик (включая досуговые), нацеленных на школьников, превышает 140 млрд руб. в год.
- Из года в год рынок дополнительного школьного образования по предметам общеобразовательной программы растёт, увеличиваясь в среднем на 10% в год. Онлайн-часть сегмента притом демонстрирует опережающие темпы роста — порядка 33% в год.
- Чеки за обучение школьников на онлайн-платформах разнятся в широких пределах, однако медианный (и весьма точно характеризующий рынок) показатель составляет 2 тыс. руб. в месяц.
- На 2019 год 15-17-летние составляли только 14% аудитории дополнительного школьного образования, притом что для проектов в сегменте K-12 эта когорта является наиболее коммерчески привлекательной.
- Современные родители всё более щепетильно относятся к развитию детей, как в рамках школьного обучения, так и вне его, и начинают осознанно инвестировать в их образование. В Москве в 2018 году доля семей, тратящих средства на дополнительное образование детей, поднялась до 50%, а в городах-миллионниках — до 38%.
- Российский рынок онлайн-услуг в сфере дополнительного школьного образования сложно структурирован, и не все его сегменты прозрачны для подсчётов. Например, заметная часть ниши — «серая зона» самостоятельных онлайн-репетиторов.
- **Среди нынешних лидеров российского EdTech заметная часть относится именно к направлению дополнительного школьного образования,** включая «Алгоритмику», «Учи.ру» и «Фоксфорд». Кроме того, в сегменте стремятся закрепиться крупные корпорации, такие как «Яндекс», МТС, Ростелеком.

Высшее профессиональное образование

По результатам 2019 года, объём рынка высшего профессионального образования (ВПО) составил 461 млрд руб.* При этом сегмент частных образовательных учреждений, как и прогнозировалось нами в 2017 году, показал снижение и оценивается в сумму порядка 29 млрд руб. в год. Согласно нашим оценкам, рынок высшего профессионального образования в отсутствие экономических потрясений и при условии сохранения нынешних темпов госфинансирования образования достигнет 618 млрд руб. по итогам 2024 года, причём частный сектор отчасти отыграет свои позиции и восстановится до 30,8 млрд руб. в год. Ожидаемая нами положительная динамика рынка связана с несколькими важными трендами: а) нисходящий демографический тренд в исследуемой возрастной когорте должен смениться восстановлением**;

б) растёт востребованность высшего образования на коммерческой основе вкупе с повышением годовой стоимости такого обучения; в) доля представителей возрастной группы 17-25 лет, получающих высшее образование, продолжит медленно увеличиваться.

По данным за 2018 год, численность учащихся в учреждениях ВПО в России находилась на уровне 4,2 млн человек. Государственный сектор вместе с тем превалирует над частным: 496 государственных против 245 частных вузов, порядка 3,8 млн студентов в государственных против 379,1 тыс. в частных. Тренд на постепенное увеличение госсектора в сегменте ВПО прогнозировался в 2017 году, подтверждается он и в 2019-м с прицелом на ближайшие пять лет.

* Показатель контрастирует с оценками, которые давались в 2017 году, так как была изменена методика расчёта: с этого года в расчётах участвует и сегмент частных вузов.

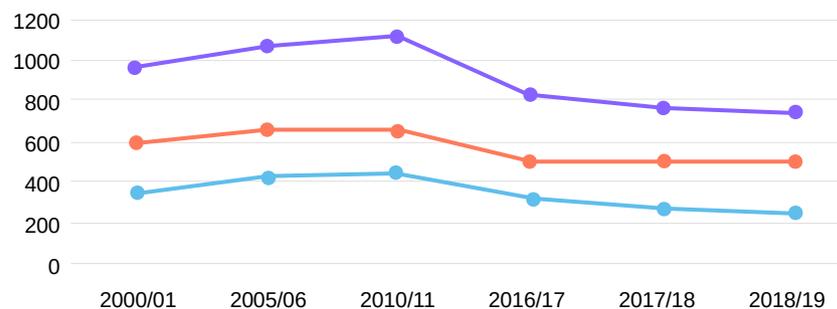
** В соответствии со средним прогнозом динамики демографической ситуации (Росстат).

ВЫСШЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Численность вузов в стране продолжает сокращаться ежегодно, однако больше всего от этого пострадали вузы частные: их количество убывает быстрее, и они не выдерживают конкуренции с более именитыми государственными организациями. Средние расходы на оплату обучения за семестр в частных вузах составляют порядка 110 тыс. руб. в год, тогда как в государственных — около 138 тыс. руб. в год (разница между этими показателями составляет примерно 25% от чека за обучение в частных организациях).

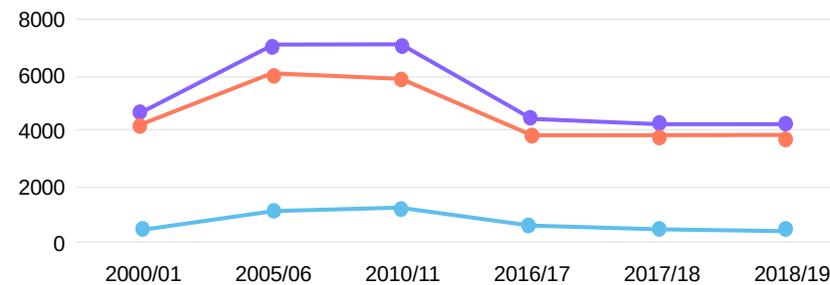
Между тем численность российских студентов в абсолютном выражении убывала на протяжении последних пяти лет — с 5,2 млн человек в 2015 году до 4,2 млн в 2019 году вследствие демографической динамики, тогда как доля охвата рынком высшего образования с 2016 по 2019 гг. медленно увеличивалась — с 30 до 32%. Тем не менее важно обратить внимание на тот факт, что доля студентов государственных вузов в общей массе росла за счёт убывания доли студентов частных организаций (та в любом случае чрезвычайно мала — менее 3%).

Количество образовательных организаций высшего образования по годам и формам



- Всего организаций
- Государственные организации
- Частные организации

Динамика численности студентов по годам и формам организаций (тыс. чел.)



- Общая численность студентов на начало учебного года (тыс. чел.)
- Студенты государственных организаций (тыс. чел.)
- Студенты частных организаций (тыс. чел.)

I ВЫСШЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

В денежном выражении совокупный объём рынка складывается из нормативов подушевого финансирования ВПО, который в 2017 году составил 327,7 тыс. руб. в год* в расчёте на одного студента бюджетного приёма**, и оплаты обучения студентов платного приёма. По данным ВШЭ***, в 2018 году доля бюджетного приёма от общей численности студентов составила 61%, и она не только является самой низкой с 2011 года (тогда было 74%), но и сокращается ежегодно в сравнении с аналогичным показателем в предыдущие два-три года. Таким образом, объём подушевого финансирования, по последним доступным данным статистики, остался примерно на том же уровне, что и в 2016 году (показав

снижение лишь на 3-4%), вместе с тем доля денег от физических лиц в структуре доходов высших профессиональных образовательных организаций достигла 37% от их бюджета (33% для государственных и 88% для частных****). Росла и стоимость обучения в вузах, о чём свидетельствуют данные ВШЭ, приведённые на графике ниже: с 2016 по 2018 гг. стоимость обучения в год шла по восходящей траектории наряду с показателем отношения стоимости обучения к среднемесячной заработной плате (иными словами, плата за обучение в вузах растёт быстрее доходов населения, и платное вузовское образование более востребовано).

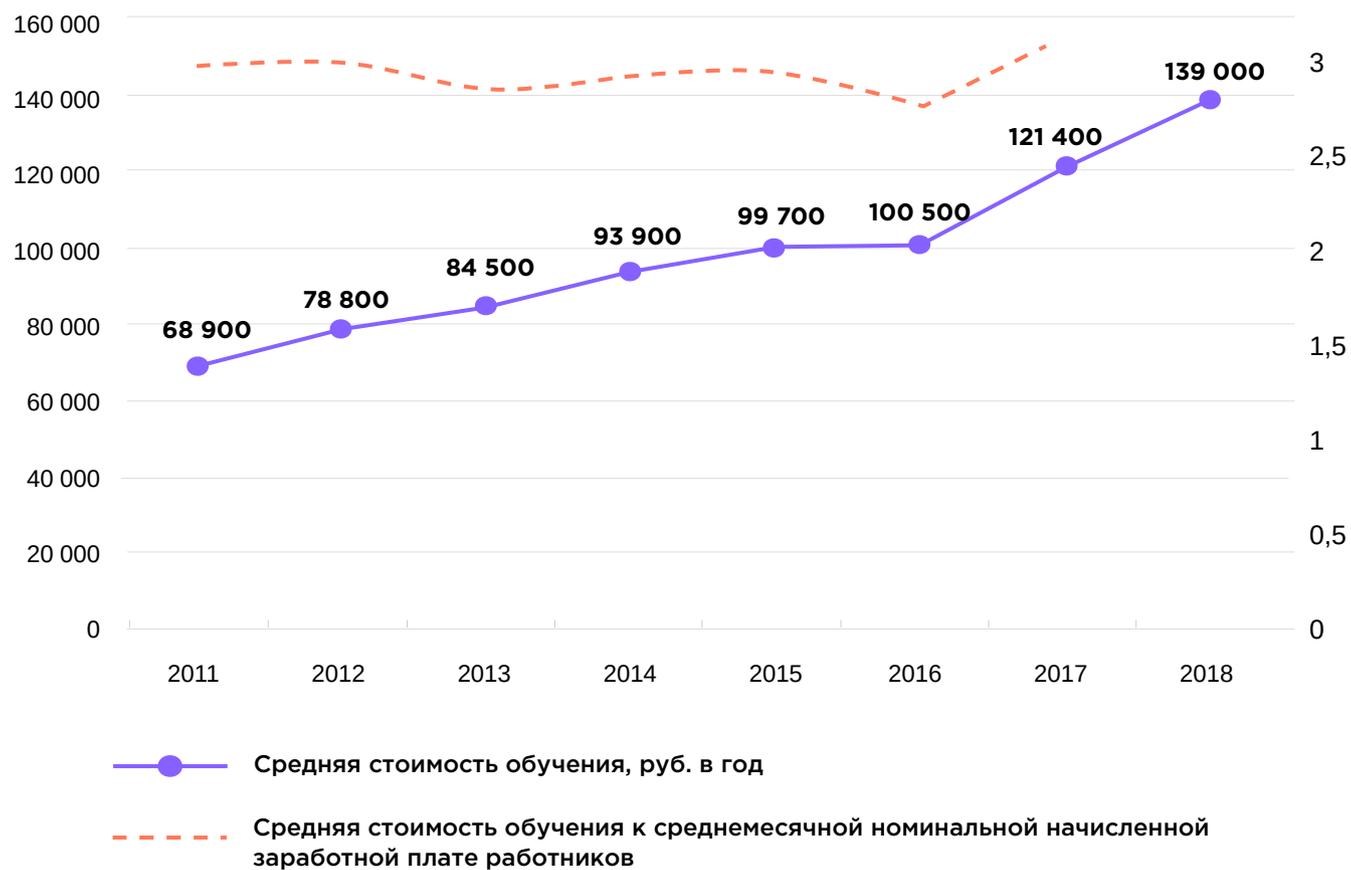
* Важно отметить, что только часть этих денег направляется на образовательные нужды, другая часть предназначена для оплаты вузами работы педагогов, закупку оборудования и т. д.

** Названный норматив доступен как государственным, так и частным вузам, но частных, располагающих бюджетными местами, так мало, что их долей в распределении НПФ можно пренебречь.

*** Мониторинг качества приёма в вузы, 2018 // ВШЭ.

**** Индикаторы образования 2019 // ВШЭ.

Рост стоимости обучения по сравнению с ростом средней заработной платы



I ВЫСШЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Доля онлайн-образовательных технологий в секторе ВПО, по данным Мониторинга экономики образования (ВШЭ)*, не превышает 4%. Только 1% студентов проходил обучение с использованием массовых открытых онлайн-курсов (МООК, англ. MOOC) и получали диплом по результатам обучения, ещё 2,5% проходили аналогичное обучение, но оно не было засвидетельствовано. 73% студентов не знают о существовании таких онлайн-курсов, причём среди преподавателей доля не осведомлённых о MOOC значительно ниже: только 41% ничего не слышали об онлайн-курсах. Можно сделать вывод, что инструмент более востребован среди преподавателей, чем среди студентов: 11% преподавателей проходили онлайн-курсы и собираются продолжать обучение в будущем, ещё 40% выразили намерение пройти онлайн-курс. Впрочем, эксперты сферы высшего образования сходятся на том, что «хедлайнеры» цифровизации довольно широко внедрили MOOC-и в образовательную практику, они стали частью повседневности преподавателей и студентов.

Что касается качественных характеристик рынка, наш анализ подтверждает тренд, зафиксированный в исследовании, которое провело Агентство инноваций города Москвы: переход от открытых массовых образовательных курсов MOOC к online program management (OPM), в ходе которого «EdTech-компании системно сотрудничают с образовательными организациями, а сайты с курсами превращаются в сервисы по обслуживанию образования». В то же время следует констатировать, что процесс перехода находится на ранней стадии и лишь малая часть вузов осознала потребность в смене парадигмы.

* К сожалению, последние доступные данные на эту тему датируются 2016 годом.



Яков Сомов, сооснователь «Лекториума» и директор центра MOOC Президентского ФМЛ №239

— Все модели в современном онлайн-образовании, если огрубить, делятся на два типа — «сервисы» и «учебники». Сервисы берут на себя ответственность за доведение студента до некоего результата (освоения навыка и пр.). Они в большей степени занимаются процессами, а не качеством контента и сосредотачиваются на обратной связи от учащихся. На другом конце спектра — «учебники», представляющие собой структурированный, упакованный контент. На мой взгляд, смуту на рынок высшего онлайн-образования привнесли вузы, которые сами по себе можно рассматривать как сервисы по подготовке молодых людей к реальной работе. В какой-то момент в академической среде восторжествовала точка зрения, что массовые открытые онлайн-курсы и вообще вузовские онлайн-курсы — это сервисы. Высшие учебные заведения начали покупать друг у друга онлайн-курсы,

полагаясь на то, что эти курсы выполняют сервисную функцию — помогают студентам добиваться образовательных целей и повышают качество обучения. По факту же вузы приобретали не сервисы, а учебники с проверочными экзаменами: не единичны случаи, когда региональный институт приобретал у именитого столичного вуза курс, по завершении которого студенты не могли сдать профильный предмет на достойном уровне. В системе высшего образования лишь начинает формироваться понимание того, что и в онлайн-формате эффективность обучения держится на обратной связи, которую в сервисной модели, как правило, обеспечивает человек (педагог или тьютор). Отмечу, что совокупная стоимость владения сервисом значительно выше, чем в случае с учебником. Сервис, в отличие от учебника, нельзя купить по цене 0,5–1 тыс. руб. с человека. Мы с командой «Лекториума», кстати, тоже долгое время пребывали в заблуждении: думали, что мы сервис, но оказалось, что де-факто у нас маркетплейс учебников. Это понимание важно для фокусировки. В итоге, как видится мне, в сегменте высшего профессионального образования на российском рынке представлены преимущественно «недосервисы» и «переучебники».



I ВЫСШЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

На текущий момент рынок MOOC как «онлайн-учебников», с отдельными сервисными элементами или без таковых, стагнирует. Это касается как образовательных продуктов, которые создают сами вузы, так и тех, что производят независимые сторонние игроки рынка. По экспертным оценкам, подобные курсы в заметных объёмах закупает небольшая часть ведущих российских вузов — суммарно не более чем на 20 млн руб. в год.

В ближайшие несколько лет не предвидится ощутимого роста количества массовых открытых онлайн-курсов для студентов высших учебных заведений. Среди причин — нехватка средств на покупку подобных образовательных продуктов; отсутствие у администрации вузов политической воли к тому, чтобы создавать курсы на долгосрочную перспективу и со стратегическим расчётом.

Сегодня основной состав игроков на рынке массовых открытых онлайн-курсов для российской системы высшего образования таков: «Лекториум», «Универсариум», OpenEdu, отчасти — Stepik.

В оценках текущих результатов работы Национальной платформы открытого образования (OpenEdu) эксперты ощутимо расходятся: часть относится к ним с большой долей скепсиса, часть продолжает видеть в ней перспективы.

Ещё одна из намечающихся тенденций: вероятно, что вузы в среднесрочной перспективе начнут отдавать часть своих образовательных программ, прежде всего массовых, на аутсорс частным EdTech-компаниям, например, преподавание английского — игроку наподобие Skyeng. В пилотных форматах подобные инициативы уже реализуются (в качестве примера приведём партнёрство Skyeng и Томского государственного университета).

Позиции государства в сфере цифровых технологий для высшего образования укрепляются. Однако проект «Современная цифровая образовательная среда в РФ» (СЦОС) эксперты рынка считают малоуспешным — в первую очередь по причине не просчитанной бизнес-модели. Критическую массу конечных потребителей привлечь на площадку не удалось, а учреждения высшего образования оказались не готовы активно покупать контент друг у друга. Вместе с тем как минимум часть вузов — «хедлайнеры» СЦОС (в частности, МГУ, ТГУ, ИТМО), получившие по конкурсу Минобрнауки наиболее значительные гранты, по мнению опрошенных нами экспертов, показали за последние два года заметный прогресс в реализации программ онлайн-образования.

ВЫСШЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

Приведём информацию о зарубежных практиках внедрения EdTech в сферу высшего образования. По данным Агентства инноваций Москвы, с точки зрения динамики проникновения онлайн-образования в высшее образование преобладают EdTech-продукты для выполнения управленческих задач, из них к управлению организацией относится 44%, к управлению учебным процессом — 33%, к формированию образовательной траектории — чуть больше 20%. Почти половина американских EdTech-стартапов, работающих в области высшего образования, предлагают решения, которые упрощают университетам процесс рекрутинга новых студентов. Например, компания CampusLogic, привлекая \$72,8 млн инвестиций к 2020 году, разрабатывает платформу, автоматизирующую приём документов и процесс поиска подходящей стипендии, причём кастомизируемую в зависимости от типа учебного заведения.

Определённые надежды эксперты связывают с другой государственной инициативой — «Университетом 20.35», одной из целей которого они видят разрушение монополии вузов на создание онлайн-курсов для системы высшего образования.



Яков Сомов, сооснователь «Лекториума» и директор центра MOOC Президентского ФМЛ №239

— По факту «Университет 20.35» даёт стартовый капитал тем, кто будет делать актуальные онлайн-курсы по заданным государством тематикам для студентов из вузов. При этом студенты сами будут выбирать для прохождения лучший, с их точки зрения, курс из доступных. Разработчиками курсов могут быть не только коллективы вузов, но и любые сторонние эксперты, которые сумеют договориться с одной из подключённых к «Университету 20.35» платформ о размещении своих курсов. Фактически государство тем самым стимулирует отрасль и пробует сформировать рынок дополнительного профессионального образования для студентов. Какими бы ни были итоги инициативы, на выходе мы получим огромный массив контента, созданного экспертами на конкурентной основе, а это определённно благо.



ВЫСШЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

В конечном счёте разрыв между когортой ведущих (и наиболее технологически прогрессивных) вузов страны и основным массивом высших учебных заведений сохраняется. Ведущие вузы, со своей стороны, демонстрируют подходы к цифровизации образования на мировом уровне. Так, НИУ ВШЭ в 2019 году открыла на базе платформы Coursera полностью онлайн-англоязычную программу Master of Data Science, доступную студентам со всего мира. Учебные материалы для нее создавали не только преподаватели вуза, но и практики из бизнеса, в том числе из «Яндекса».

Вместе с тем и условно «отстающие» от корпуса лидеров вузы продолжают осваивать подходы онлайн-образования, хотя и медленнее, чем ожидалось несколько лет назад.



Евгения Кулик, директор по онлайн-обучению НИУ-ВШЭ:

— Академическая среда очень разнородна с точки зрения степени освоения онлайн-технологий. Ведущие университеты относятся к MOOCs как к инструменту, как к части

образовательной программы и интенсивно работают с другими цифровыми технологиями: можно вспомнить, например, симуляторы УрФУ, адаптационный курс ТГУ, собственные системы прокторинга в ИТМО и СПбПУ, а ВШЭ активно развивает аналитику цифрового следа и психометрику. Вузы, которые только вступили на эту дорогу, в плане освоения онлайн-технологий заметно отстают. Но у большинства учреждений высшего образования, руководство которых в последние десять-пятнадцать лет хоть как-то старалось соотноситься с современными реалиями, есть внутренние системы электронного обучения, как минимум. Пока, впрочем, нельзя сказать, что контент российских вузов в плане технологий инновационен. Решения для геймификации, VR-симуляции и тому подобное внедряются в единичных вузах. По большей части имеет место доставка контента традиционных лекций, использование систем тестирования через интернет, в отдельных случаях применяются системы прокторинга. <...> В целом высшее образование в России за последние два года не стало ощутимо более инновационным с точки зрения инструментария онлайн-образования, IT-решений,

I ВЫСШЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

но продвинулось вперёд с точки зрения технологий управления. Вузам стали более понятны механизмы встраивания онлайн-курсов в учебные планы, нормативная база и необходимость изменения бизнес-процессов.



На мировой арене учебные заведения из группы лидеров вполне в состоянии состязаться в качестве цифрового образования с иностранными конкурентами, однако серьёзные ограничения на их экспансию накладывает законодательная конъюнктура.



Евгения Кулик, директор по онлайн-обучению НИУ-ВШЭ:

— Контент ВШЭ, на мой взгляд, достаточно конкурентен: мы видим спрос на наши онлайн-курсы и специализации на международном рынке образования (на Coursera).

То же касается целого ряда других российских вузов. <...> Но как только российский вуз выходит на международный рынок, он попадает в неравные конкурентные условия с зарубежными вузами, так как наше образование достаточно жёстко регулируется на федеральном уровне и для нас обязательны требования регуляторов, которые не относятся к зарубежным университетам. Например, если ты придумал онлайн-магистратуру в ноябре 2020-го, то зачислить на неё можно только в 2022-м, поскольку правила приёма публикуются не позднее 1 октября в год, предшествующий приёму. То есть придумал в 2020-м, правила опубликовал в 2021-м, приём начал в 2022-м. На невероятно динамичном рынке создание продукта с таким временным лагом порождает риск, что тебя обойдут те, у кого нет таких ограничений.



Основные выводы

- На 2019 год объём рынка высшего профессионального образования измерялся суммой 461 млрд руб. Государственный сектор в нём по-прежнему доминирует над частным: негосударственным вузам всё сложнее выдерживать конкуренцию с государственными, однако прогнозируемый рост доли учащихся по программам ВПО скажется и на перспективах рынка частных услуг.
- По сведениям Мониторинга экономики образования (ВШЭ), глубина проникновения онлайн-технологий в российское высшее образование не превышает 4%.
- Царивший в предыдущие годы ажиотаж вокруг массовых открытых онлайн-курсов спадает. Больше MOOCs не воспринимаются как «серебряная пуля» для учебных заведений, но успели стать рабочим инструментом для значительного числа российских вузов и вписаны в их контур цифровизации. Вместе с тем в общей сложности лишь 3,5% студентов в стране проходили такие курсы, а целых 73% не осведомлены о существовании MOOCs.
- Заметны предпосылки к тому, чтобы вузы начали отдавать реализацию части своих образовательных программ на аутсорс частным EdTech-компаниям. Уже существуют пилотные партнёрства между высшими учебными заведениями и игроками онлайн-образования.
- Государство крайне активно действует в направлении развития цифровых технологий для ВПО. Не все его инициативы в равной мере успешны, во всяком случае с точки зрения участников рынка: разноречивые оценки получил проект «Современная цифровая образовательная среда в РФ» (СЦОС). В то же время определённые надежды эксперты возлагают на другое начинание — «Университет 20.35».

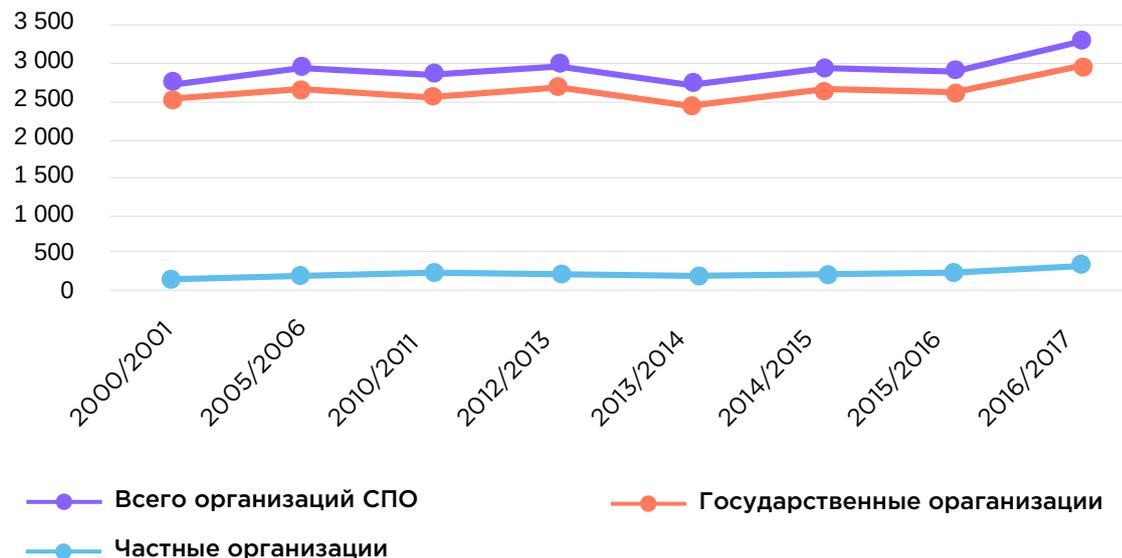


Среднее профессиональное образование

Рынок среднего профессионального образования (СПО) исчисляется по итогам 2019 года суммой порядка 144 млрд руб. Порядка 10,8 млрд из неё приходится на частные организации, через которые проходит около 7% от всех слушателей

программ СПО (приблизительно 3 млн человек). Причём **численность студентов программ СПО год к году прибавлялась на 2-3%**, постепенно увеличивалось и число организаций, реализующих программы СПО.

Численность организаций, осуществляющих обучение по программам СПО, по годам и формам

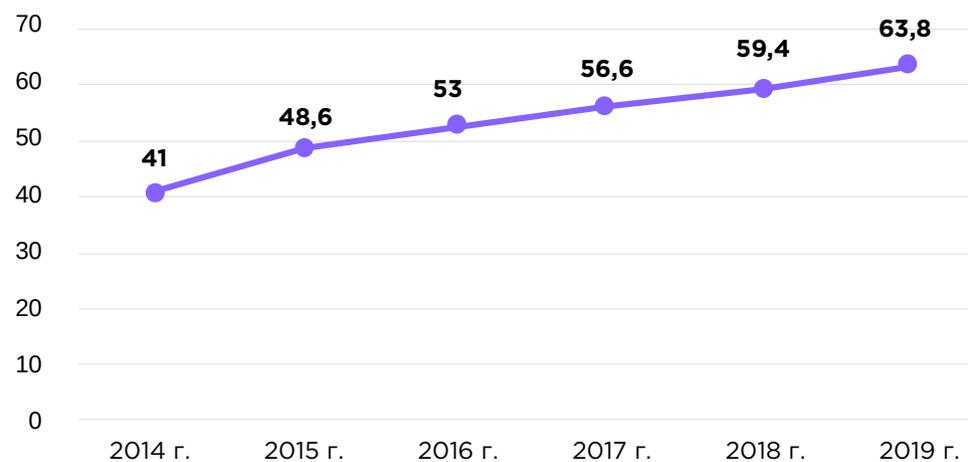


I СРЕДНЕЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ

При условии сохранения восходящего тренда мы ожидаем, что сегмент будет расти и перевалит за отметку 200 млрд руб. в 2023 году. Однако рынок сильно зависит от бюджетного финансирования, которое сейчас составляет около 82% от общего объёма средств организаций. Доля оплаты обучения населением пока находится на уровне 12%,

однако и здесь фиксируется медленный рост с предыдущей отсечки в 2016 году — на уровне +1,5% год к году. Средняя цена на образовательные услуги в сегменте в 2019 году составила 63,9 тыс. руб. за год обучения, в Москве — 112,6 тыс. руб. (порядка 56 тыс. руб. за семестр).

Средние цены на обучение по программам СПО за год обучения с 2014 по 2019 гг.*



*По данным Росстата: цены даются в пересчёте на год обучения.

Часть 4. Рынок дополнительного образования взрослых

Общая оценка рынка

По нашим данным, в течение 2019 года 62,7% (22,8 млн) россиян старше 18 лет, проживающих в крупных российских городах, имели опыт дополнительного обучения в том или ином формате: платном или бесплатном, формальном или неформальном, офлайн или онлайн.

Средний ежемесячный доход в целевой группе варьируется в пределах 36 тыс. руб., тогда как в среднем по населению РФ в 2018 году он составлял 33 тыс. руб. (и 66,3 тыс. руб. в Москве). 57,3% в целевой аудитории — женщины (53,5% в среднем по РФ). Доли жителей Москвы и Санкт-Петербурга также близки к распределению по стране, однако доля двух столиц ожидаемо гораздо выше среди платящей за образование аудитории: всего в пределах 25% представителей целевой аудитории платили за дополнительное обучение в 2019 году, а в Москве и Санкт-Петербурге — 34%.

Доля жителей городов-миллионников — 21% (месячный доход здесь составляет в среднем 47 тыс. руб.); доля платящей аудитории в миллионниках — 31% против 20% по городам с населением от 500 тыс. до 1 млн человек.

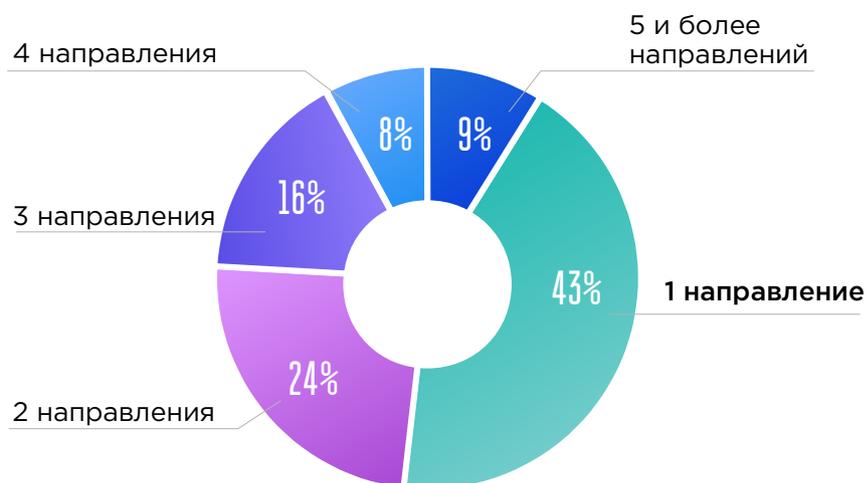
Доля россиян, плативших за дополнительное обучение (от всех учившихся в 2019 году)



РЫНОК ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ

В 2019 году 43% целевой аудитории рынка обучались по одному направлению, 24% сочетали два различных направления, 16% учились по трём, 8% — по четырём, 9% — не менее чем по пяти. При этом чем больше направлений выбрал человек, тем выше вероятность, что хотя бы одно из них будет платным. Отметим, женщины обучаются сразу на нескольких направлениях чаще, чем мужчины. По нашим данным, **ядро аудитории рынка** (охват коммерческим рынком — на уровне 44%) — **женщины в возрасте 25 лет, без детей, по роду занятости — бизнесмен / руководитель / высокооплачиваемый специалист, средний доход — порядка 55 тыс. руб.**

Количество направлений дополнительного обучения в 2019 году



Ядро целевой аудитории



- Женщина
 - 25 лет
 - Нет детей
 - бизнесмен / руководитель / специалист
 - Мотивация для обучения:
 - желание лучше разбираться в себе и людях
 - вести здоровый образ жизни

Основной мотивацией обучения у женщин нередко служит желание лучше разбираться в себе и людях (изучение психологии и отношений) и вести здоровый образ жизни (курсы здорового питания, ухода за собой и т.д.). Такие цели статистически значимо увеличивают вероятность выбора нескольких направлений для обучения. В том же случае, если главная мотивация учащегося — получение профессии, вероятность сочетания нескольких направлений снижается: люди совершают осознанную и дорогостоящую инвестицию, уделяя максимум внимания обучению по выбранному направлению.

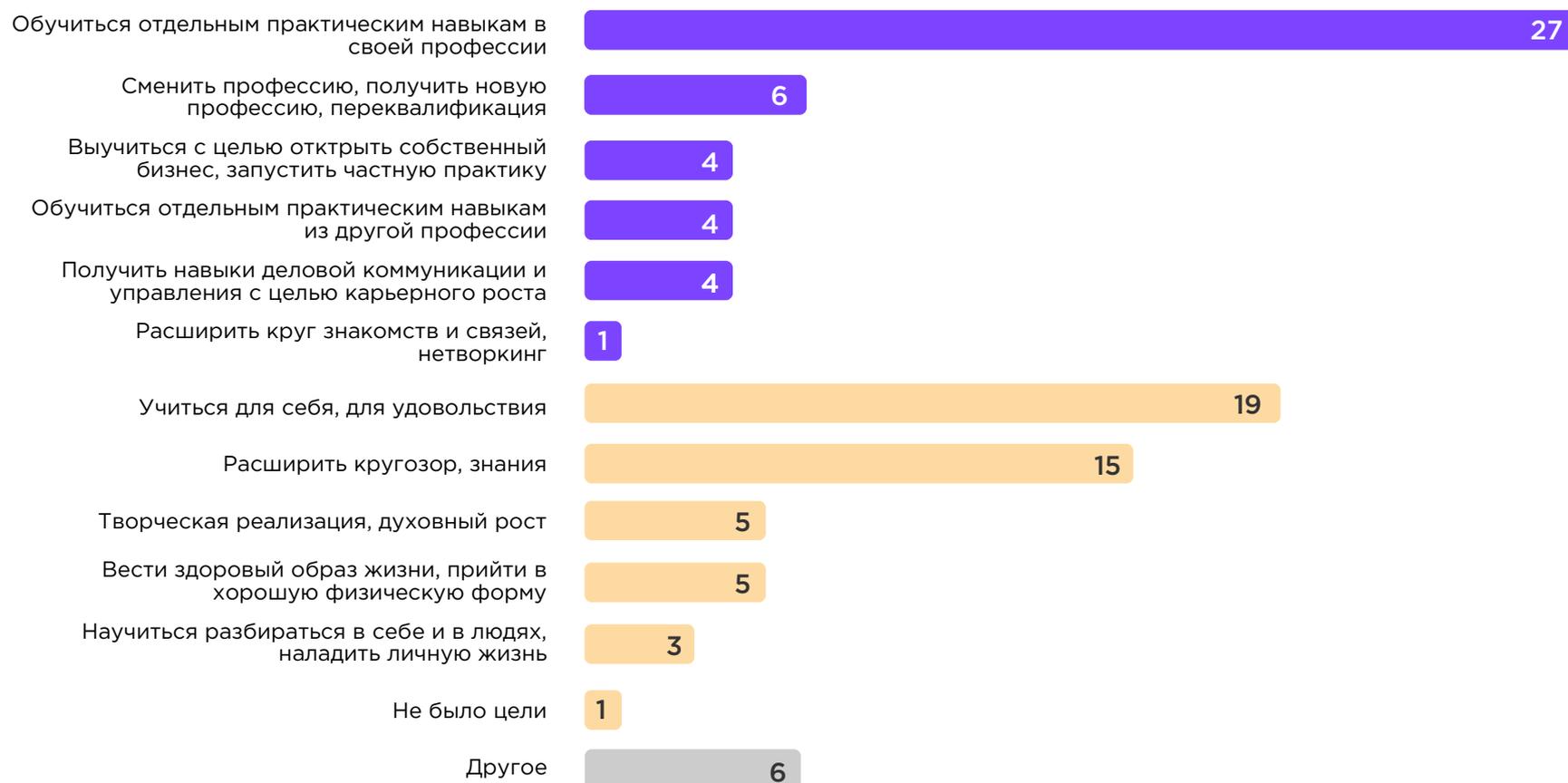
РЫНОК ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ

Аудиторию учащихся можно примерно поровну разделить на сегмент «прагматиков» и тех, кто не ставит перед собой профессиональных целей. Наиболее распространённая цель обучения — получить дополнительные навыки внутри своей профессии. Другие «прагматические» мотивы заметно уступают по уровню востребованности. Обучение, не направленное на профессиональные

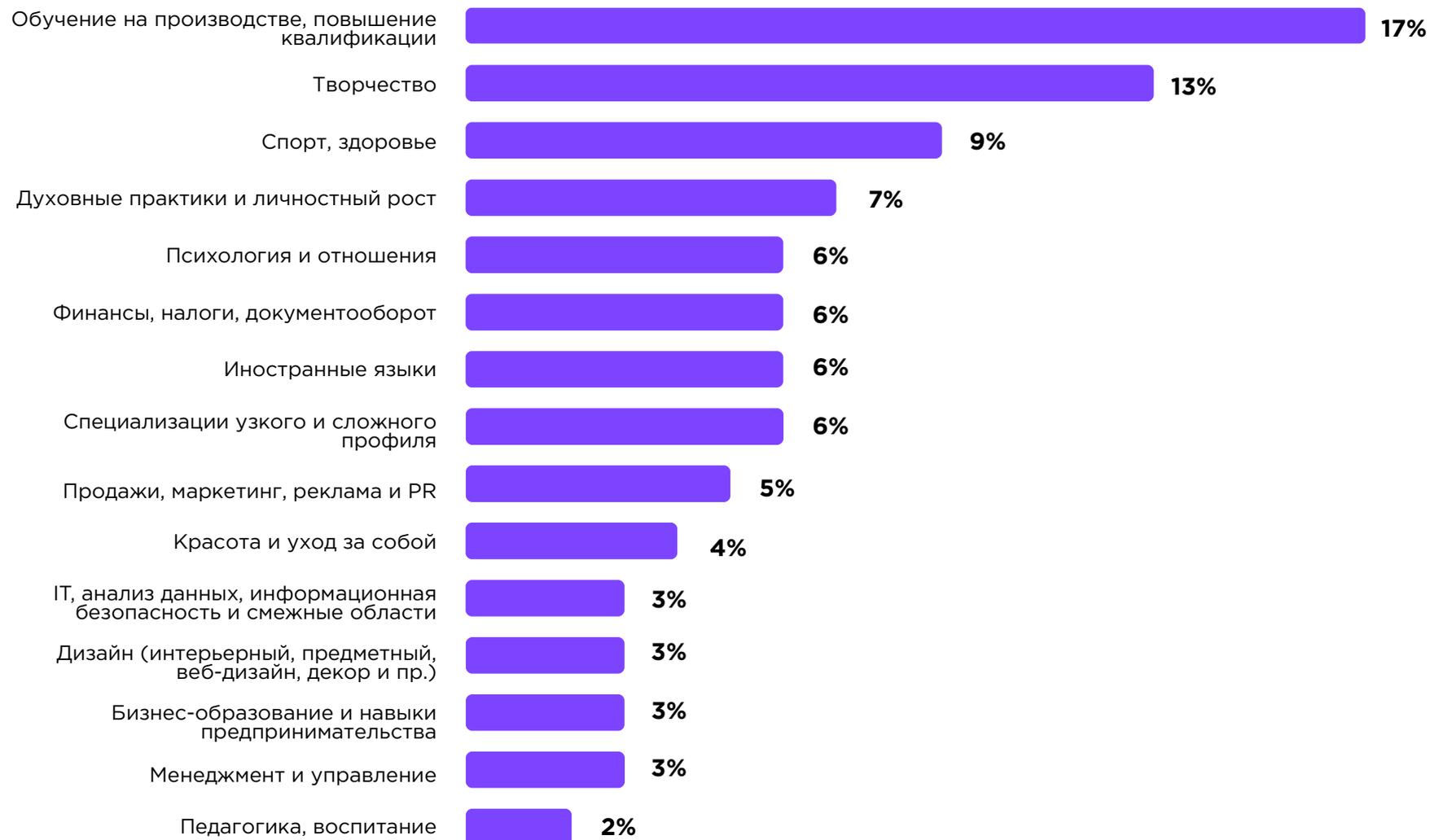
результаты, включает главным образом учёбу для удовольствия (19%) и для расширения кругозора (15%).

Намерены продолжать обучение по выбранному направлению 39% аудитории рынка дополнительного образования, 41% скорее не намерены, ещё около 20% не собираются продолжать обучение по своему направлению.

Цели дополнительного обучения (%)



Распределение аудитории между основными направлениями обучения по численности учащихся в 2019 году



Топ-5 самых массовых направлений обучения



1. Обучение на производстве (17%)

Самый многочисленный сегмент аудитории, в который входят: курсы повышения квалификации и переквалификации на производстве, стажировки, сертификация компетенций и навыков (охрана труда, охрана окружающей среды и пр.), управление производственным оборудованием и погрузочным транспортом. По данным официальной государственной статистики*, 21,7%** работников проходили профессиональное обучение в 2017 году (порядка 6 млн человек)***. В то же время ВШЭ**** приводит следующие показатели: в 2016 году — 17%, а в 2017-м — 12% работников, получавших формальное и неформальное дополнительное образование (динамика негативная, -5 пп.).

Расхождения не так критичны, но могут зависеть от методики расчёта показателей и определения профессионального обучения (формального, неформального, платного, бесплатного, организованного или осуществляемого в формате самообразования).



2. Творчество, прикладные декоративные навыки, хобби (13%)

В эту категорию входит обучение творческим занятиям любительского характера, не связанным с профессиональными навыками (такими, как дизайн или графика), например, музыка, рисование, танцы, вязание, ремёсла и т.д.

* Однако здесь учтена только доля от всех занятых работников списочного состава предприятий, тогда как в наших оценках присутствует и безработное население.

Итоги выборочного обследования рабочей силы в 2017 году / Федеральная служба государственной статистики (Росстат). М., 2018.

** Россия в цифрах, 2019.

*** См. https://memo.hse.ru/data/2018/03/01/1165054486/ind2017_PO_nepr_2.pdf

**** Узкопрофильные направления — ниша, в которой собраны немассовые профессиональные навыки, прежде всего медицина, наука, судостроение, рыбоводство, сельскохозяйственные технологии.



3. Спорт, здоровье (9%)

К этой категории относится обучение навыкам и общим компетенциям в сфере поддержания физической формы и оздоровления, практикам здорового питания.



4. Духовные практики и личный рост (7%)

Учитывалось обучение практикам духовного развития и развития личности, субъективно определяемым респондентами в качестве таковых.



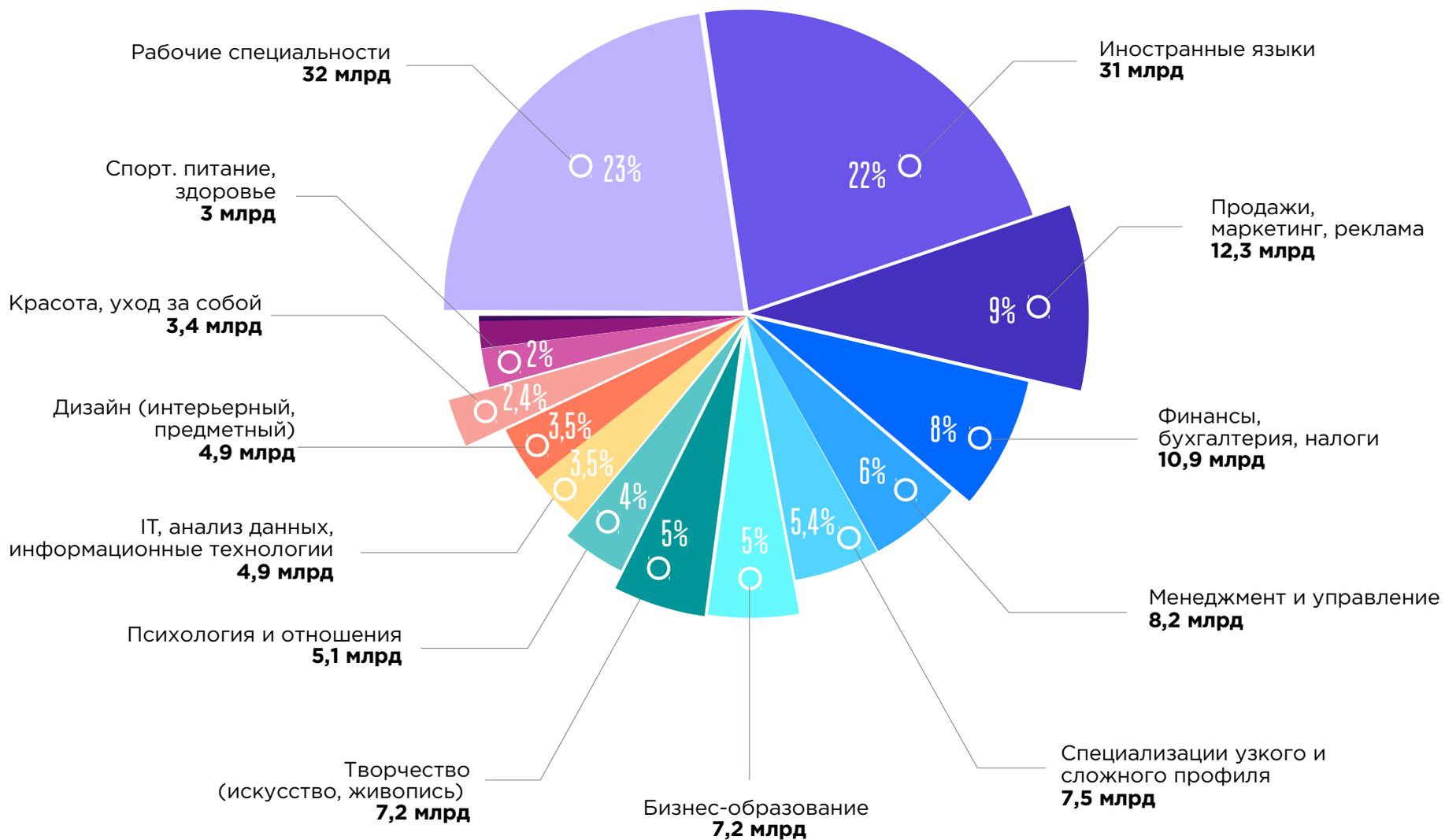
5. Различные направления по 6%

Целый ряд направлений набирают по 6%: иностранные языки, психология, финансы и налоги, а также специализации узкого и сложного профиля (фармацевтика, медицина, образование и наука, проектирование)*.

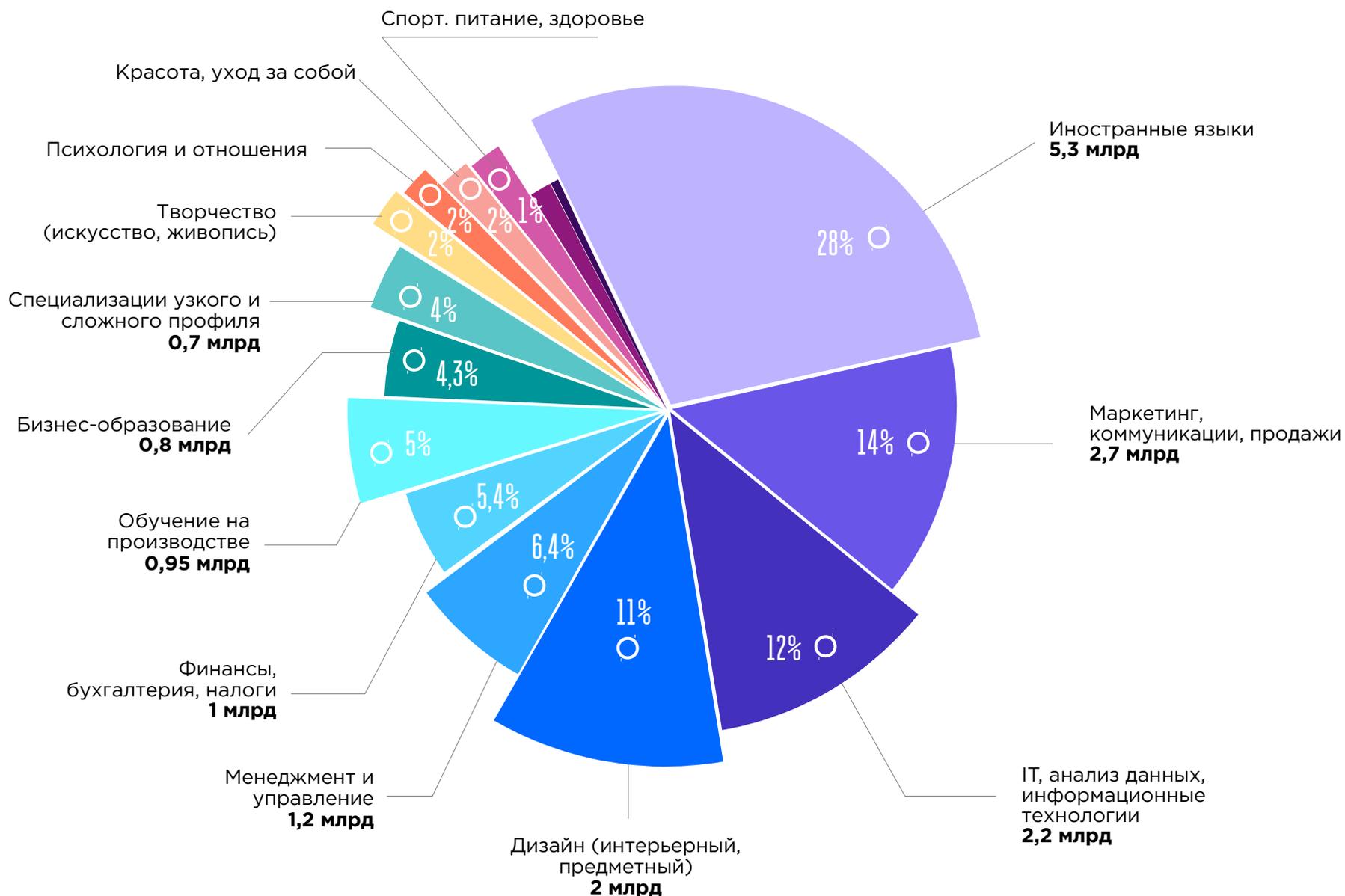
В образовательных направлениях, как правило требующих более длительного цикла освоения и нацеленных на получение дорогостоящих профессиональных навыков (особенно в сфере digital) или приобретение специальности с нуля, доли от аудитории несколько ниже, притом что их доля от рынка в денежном выражении обычно, наоборот, выше.

* Специализации узкого и сложного профиля — ниша, в которой собраны немассовые профессиональные навыки, прежде всего медицина и фармацевтика, наука и образование, проектирование (инженерное дело, архитектура, судостроение), рыбководство, сельскохозяйственные технологии.

Рынок дополнительного b2c-обучения взрослых в 2019 году (млрд. руб.)



Онлайн-сегмент рынка дополнительного b2c-обучения взрослых (млрд. руб.)



I РЫНОК ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ

По нашим подсчётам, **b2c-рынок дополнительного обучения** (включая ниши лайфстайла, хобби и другие крупные сегменты) **в 2019 году измерялся суммой порядка 140 млрд руб. Онлайн-сегмент, по нашим подсчётам, составляет 13,5% от всего рынка дополнительного образования взрослых и оценивается в 19 млрд руб. по итогам 2019 года.** Охват аудитории рынком онлайн-образования в среднем находится на уровне 7,5%*, достигая 24% в отдельных нишах (в первую очередь в digital-профессиях). Можно заключить, что онлайн-технологии активно проникают в образовательный процесс — на уровне 42% — но к стремительной монетизации это не приводит. Коммерческий потенциал сегмента раскрывается медленно.

В 2016 году мы прогнозировали рост онлайн-рынка дополнительного профессионального образования (ДПО) с 7 млрд до 11 млрд руб. к 2021 году. Однако уже сейчас можно утверждать, что в динамике сегмент ДПО** опережает спрогнозированный показатель — мы оцениваем онлайн-рынок ДПО в 11,5 млрд руб.

Ёмкость каждого из сегментов мы оценивали, исходя из доли охвата населения российских городов формальным и неформальным дополнительным образованием и средних чеков за обучение. В ряде случаев мы сопоставляли наши расчётные значения с комментариями экспертов. Все оценки основаны на данных о том, сколько, по информации на IV квартал 2019 года, слушатели заплатили провайдером дополнительных образовательных услуг в онлайн^{***} или офлайне.

* Такова доля платящих за дополнительное обучение в онлайн от всех учившихся дополнительно в 2019 году по всем формам.

** Разумеется, в сегменте ДПО учитывается только обучение профессиональным навыкам и компетенциям; для сопоставимости данных, полученных нами в этом году, с данными за 2016 год «мягкие навыки» и изучение иностранных языков исключены из подсчётов рынка ДПО (как это было сделано в 2016 году).

*** Данные о чеках в онлайн получены из совместного исследования «Нетологии» и «Яндекс.Кассы».

Крупнейшие сегменты рынка



1. Обучение на производстве

Рынок оценивается приблизительно в 32 млрд руб.

Доля рынка велика за счёт большой численности обучающихся — в первую очередь это работники промышленных предприятий и бюджетных учреждений — **при средних чеках** в пределах 25 тыс. руб.

Профессиональное обучение (повышение квалификации), переобучение, управление погрузочным транспортом и оборудованием, включая кассовые аппараты, сертификация навыков и компетенций, сертификаты соответствия и т.п., как правило, обязательно (либо при приёме на работу, либо в целях сохранения рабочего места) и, по данным ВШЭ*, в 37% случаев оплачивается работниками самостоятельно.

Коммерческая доля онлайн-сегмента колеблется у отметки 3%, притом что в той или иной мере дистанционное обучение и образовательный онлайн-контент, платный и бесплатный, использовались в процессе обучения в 37% случаев. B2c-рынок онлайн-образования вряд ли может занести этот показатель себе «в актив», так как корпоративные чеки здесь преобладают: **b2c-сегмент, по оптимистичным оценкам, колеблется у отметки 950 млн руб. в год за счёт широкого охвата аудитории.** Однако короткие навыки курсы, ориентированные на большой рынок рабочих специальностей, могут в будущем отвоевать 2-4% у офлайна.

* Опрос взрослого населения по вопросам становления непрерывного образования в России, 2017 год



2. Рынок изучения иностранных языков

Его величина оценивается в 31 млрд руб.

Ёмкость рынка обеспечивается за счёт относительно высокого уровня охвата аудитории коммерческими услугами: треть ЦА (34%) в 2019 году платила за языковое обучение.

Доля проникновения платных образовательных онлайн-технологий — 17% от рынка, и среднегодовой доход с онлайн-слушателя в сегменте быстро растёт (вероятно, в силу улучшения показателей удержания студентов). Среднегодовые расходы учащихся в онлайн-формате, по оценке «Нетологии» и сервиса «Яндекс.Кассы», в 2018 году составили 36,4 тыс. руб. Высокие расходы объясняются большой длительностью обучения: 46% аудитории в сегменте занимаются языками не менее полугода. **Ёмкость онлайн-сегмента b2c-рынка дополнительного изучения языков взрослыми мы оцениваем в сумму порядка 5,3 млрд рублей.**

Приведённая оценка рынка оставляет за скобками сегменты корпоративных слушателей и слушателей младше 18 лет, изучающих язык дополнительно к основной школьной программе.

Это одна из вероятных причин, почему наши расчёты показывают более скромный показатель, чем выдвигаемые экспертами индустрии, включая аналитику Skyeng.

Что касается состава аудитории, 40% изучающих языки — это специалисты (29%) и мидл-менеджмент (11%). Ещё 10% — предприниматели, и около 11% — студенты, изучающие языки в дополнение к основной вузовской нагрузке.





3. Продажи, маркетинг, реклама и PR

Рынок оценивается в 12,3 млрд руб. при среднем чеке примерно в 29 тыс. руб. в год.

В массовом сегменте обучения этим профессиям навыки и темы обучения часто пересекаются, значения средних расходов на обучение сравнительно близки, поэтому мы и объединили направления в одну категорию. Если говорить о маркетинге, то в 59% случаев в качестве направления своего обучения респонденты называли «общий маркетинг», «маркетинг и продажи», «основы маркетинга». 25% обучавшихся маркетингу отмечали в качестве приоритетных направлений SMM и таргетированную рекламу, SEO. По 9% слушателей изучали маркетинговую аналитику и интернет-маркетинг. **Ключевые цели обучения — освоение отдельных практических навыков в рамках своей профессии (24%), изучение маркетинга с целью открыть собственный бизнес или начать оказывать частные консультационные услуги (20%), получение знаний о маркетинге с целью расширить кругозор (16%).**

Ядерная аудитория рынка — предприниматели (26%), специалисты (17%), руководители подразделений (миддл-менеджмент — 16%).

Доля платящих пользователей на уровне средних значений по рынку дополнительного обучения — 25%. Доля проникновения коммерческого онлайн-обучения — 22%. С **поправкой на невысокое значение средних чеков в онлайн-получаем ёмкость онлайн-сегмента рынка в 2019 году на уровне 2,7 млрд руб.**

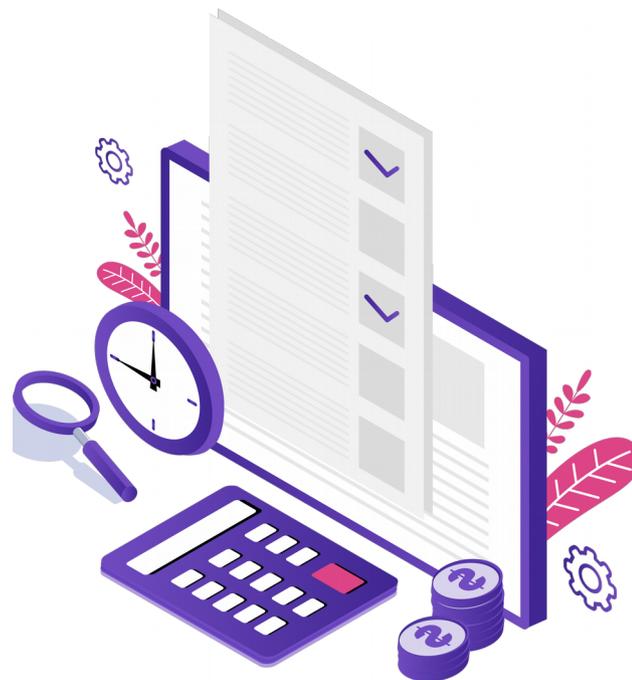




4. Финансы, бухгалтерия, налоговый учёт, документооборот

Консервативная оценка рынка — 10,9 млрд руб. в год.

Стоимость курсов колеблется в среднем от 2 тыс. руб. (за онлайн-курсы) до 34,5 тыс. руб. в зависимости от формата обучения, его продолжительности и провайдера услуг. Тем не менее превалирует краткосрочное обучение, либо онлайн-формат. Более чем в половине случаев (51%) обучение длится не больше одной-двух недель, а в 41% случаев включает в себя онлайн-формат (либо в форме самостоятельного изучения материалов онлайн, либо в виде дистанционных курсов), **однако доля онлайн-проникновения не превышает 9%, в денежном выражении — не более 1 млрд руб. в год.** По нашим данным, 25% слушателей программ получают образование на курсах при вузе. **В половине случаев цель обучения — повышение квалификации, освоение конкретных навыков в профессии;** значительно реже — в 11% случаев — навыки приобретались с намерением получить профессию с нуля, переквалифицироваться; 13% получали сведения общего характера о предмете.





5. Менеджмент и управление

Рынок оценивается в 8,2 млрд руб. при среднем чеке в пределах 30 тыс. руб. в год.

Преобладающая цель обучения — повышение практических навыков менеджмента в своей профессии (в том числе для линейного менеджмента). Как и в случае с бизнес-образованием, приоритет отдаётся краткосрочным форматам — 53%. Однако если в бизнес-образовании продолжительные курсы вообще были распространены крайне мало, то среди обучавшихся менеджменту в 2019 году пятая часть (21%) училась полгода и дольше. В 39% случаев обучение реализовывалось на курсах при вузе, и приблизительно каждый десятый слушатель учился в специализированной офлайн-школе или образовательном центре, ещё 11% пользовались услугами индивидуальных преподавателей (авторские курсы, авторские видеотьюториалы и т.п.).

При этом доля плативших за обучение слушателей в сегменте не превышает 25% (это может объясняться высокой долей корпоративных слушателей, не плативших за обучение персонально).

Целевая аудитория направления: главным образом миддл-менеджмент (руководители подразделения, юнита) — 27%; специалисты — 25%; предприниматели — 16%.

Доля проникновения коммерческого онлайн-образования — 15%. Оценка объёма онлайн-сегмента — около 1,2 млрд руб.



Обучение современным профессиям и навыкам



1. Бизнес-образование и навыки предпринимательства

Сегмент оценивается в 7,2 млрд руб. в год.

Средний чек, по нашей оценке, составляет 34,5 тыс. руб.

Карта мотивации крайне разнообразна, но лидирует желание выучиться с целью открыть собственный бизнес или начать оказывать частные услуги. Менее распространено, но также востребовано обучение отдельным базовым навыкам ведения бизнеса для продвижения по службе. В 60% случаев предпочитают краткосрочное обучение до двух недель. Продолжительное обучение в сегменте востребовано крайне редко — только в 8% случаев.

Существенную долю в коммерческой части рынка бизнес-образования занимает ниша MBA. По оценке аналитиков РБК*, в 2018 году российский рынок MBA оценивался в 3,3 млрд руб. при

среднегодовых (за последние пять лет) темпах роста не более 2% (однако +2,5% к 2017 году), причём даже такие скромные показатели динамики были достигнуты путём увеличения цен на услуги бизнес-школ, которые и без того весьма высоки (чеки варьируются от 110 тыс. до 613 тыс. руб. за год обучения). РБК оценивал численность обучающихся в российских школах MBA в 2019 году в 7150 человек (доля корпоративных слушателей — 27%). Онлайн-сегмент рынка MBA при этом, согласно РБК, исчисляется 350 млн руб. в год (то есть порядка 6–7% от рынка в целом), но прогноз роста в этом случае более благоприятный. Прирост онлайн-аудитории составил в 2018 году +33,5% к 2017 году, однако прогнозы динамики онлайн-сегмента в денежном выражении в отчёте РБК отсутствуют. **Рынок бизнес-образования в онлайн-сегменте колеблется в районе отметки 800 млн руб. в год (порядка 11% от рынка).**

* Рынок MBA и бизнес-образования России 2019 // РБК Исследования рынков.



2. Дизайн (интерьерный, предметный, графический, веб-дизайн, декор и пр.)

Сегмент оценивается в 4,9 млрд руб.

Средний чек за обучение составляет порядка 42 тыс. руб.

Основные цели — обучение отдельным навыкам в рамках своей профессии; обучение дизайну для себя, «для удовольствия». В 30% случаев обучение длилось меньше недели (вероятнее всего, подразумевались такие навыки, как создание презентаций, редактирование фото и иллюстраций и т.п.); на противоположном полюсе около четверти обучавшихся (26%), которые занимались не менее трёх месяцев, а в 19% случаев — больше полугодя; ну а в 22% случаев обучение длилось две-четыре недели.

За счёт сравнительно высокой доли обучавшихся на длительных программах среднее время обучения составило 19 часов в неделю, включая выполнение домашних заданий (в 30% случаев домашние задания предполагались). По нашей оценке, суммарно почти 60% аудитории использовали интернет в образовательных целях, тогда как доля платящих за образовательные услуги в онлайн-студентов от рынка в целом составила 22%. **Онлайн-сегмент рынка оценивается в 2 млрд руб. в год (40% от рынка).**



3. IT, анализ данных, информационная безопасность и смежные области

По результатам 2019 года, мы оцениваем рынок дополнительного обучения в сфере IT и смежных областях в 4,9 млрд руб.

Сравнительно низкая ёмкость рынка обусловлена скромной долей платящих пользователей: только 19% от всех обучавшихся в 2019 году, согласно нашим данным, платили за обучение. Мы полагаем, что львиная доля рынка сосредоточена в сегменте высшего профессионального образования, тогда как на сегмент ДПО приходится существенно меньшая доля слушателей. По очевидным причинам краткосрочное обучение здесь не так эффективно: доля учившихся непродолжительное время (до четырёх недель) в этом сегменте на 8 пп.

выше, чем в среднем по рынку дополнительного обучения, вместе с тем востребованность длительных обучающих циклов (от полугода) на 9 пп. выше средних значений. В то же время мы прогнозируем высокие показатели удержания слушателей в сегменте: больше 50% учившихся выразили твёрдое намерение продолжать обучение по этому направлению. **Доля коммерческого онлайн оценивается в 15% от аудитории сегмента, ёмкость же онлайн-сегмента рынка с учётом высоких средних чеков за обучение и продолжительности обучения в онлайн составляет 2,2 млрд руб. в год (45% от рынка).**

«Мягкие» навыки: хобби, досуг, техники личностного и духовного роста



1. Творчество (искусство, живопись, фотография, музыка, рукоделие и т.д.)

Величина сегмента оценивается в 7,2 млрд руб. в год.

С учётом сравнительно малой доли платящих пользователей (18%) и относительно низких средних расходов ёмкость рынка находится ниже ожидаемых значений. Более чем в половине зафиксированных случаев провайдерами услуг в этом сегменте являются специализированные частные школы и бюджетные образовательные учреждения (музыкальные, художественные и т.д.). Доля охвата аудитории системой коммерческого онлайн-обучения и вовсе составляет 3% рынка — и вместе с тем 52% (!) обучавшихся используют интернет в образовательных целях. Как итог, коммерческая оценка онлайн-сегмента — в пределах 400 млн руб. в год.





2. Психология и отношения

Ёмкость рынка в денежном выражении составляет 5,1 млрд руб.

Доля платящей аудитории довольно низка — в пределах 15%; средний чек — около 29,7 тыс. руб. в год в среднем по выборке и 8,8 тыс. руб. в онлайн (по данным «Нетологии» и сервиса «Яндекс.Кассы»).

Основные цели обучения — научиться разбираться в людях, расширить кругозор, обучение для удовольствия, творческая реализация. Однако каждый пятый изучавший психологию и отношения вместе с тем

преследовал более прагматические цели — освоение навыков для работы и в редких случаях получение профессии. Продолжительность обучения разнообразна. В 28% случаев обучение длилось более полугода. Обучение психологии реализуется преимущественно в офлайне (на курсах при вузах или в специализированных частных школах). Доля платящей интернет-аудитории крайне мала — около 4,5%. Онлайн-контент вообще оказался мало востребован в рассматриваемом направлении — не более четверти слушателей использовали его в образовательных целях. **Долю онлайн-сегмента в денежном выражении мы оцениваем примерно в 350 млн руб. в год.**



3. Красота и уход за собой (включая обучение соответствующим профессиональным навыкам).

Сегмент оценивается в 3,4 млрд руб. по итогам 2019 года.

Средние расходы на обучение в год составили 18 тыс. руб. (причём верхняя граница среднего чека находится на отметке 22,8 тыс. руб.). Среднегодовой оборот пользователя в онлайн, по различным оценкам, составляет 5,0–7,7 тыс. руб.

Столь существенная разница в расходах слушателей на обучение объясняется тем, что желающие получить профессию (6%) или навыки в профессии (16%) чаще учатся в офлайне (особенно если речь идёт о парикмахерских курсах, курсах маникюра, курсах визажистов и пр.), где цены на образовательные услуги выше. Не менее 20% учились в частных школах и образовательных учреждениях СПО, а в 22% случаев проходили офлайновые занятия с преподавателем. Доля платного обучения колеблется в пределах 30%.

Онлайн-аудитория достигает порядка 45% (это те, кто пользовался в процессе обучения онлайн-контентом либо проходил весь цикл обучения в онлайн), долю охвата коммерческими услугами мы оцениваем в 21%, что в пересчёте на всю аудиторию сегмента составляет не более 10%, то есть порядка 350 млн руб. по результатам 2019 года.



I «МЯГКИЕ» НАВЫКИ

В сфере красоты и ухода за собой примечателен кейс Sikorsky Academy, которая занимается обучением косметологов, массажистов и парикмахеров по модели blended learning: примерно наполовину образовательный процесс осуществляется онлайн, наполовину — офлайн, на территории учебного центра компании в Москве. В 2018 году Sikorsky Academy получила выручку в размере 145 млн руб., расчётный показатель на 2019-й составлял 180–185 млн руб.



Всеволод Бельченко,
генеральный директор Sikorsky
Academy:

— Если добавить к коммерческому обучению на открытом рынке обучение корпоративное, а также бесплатное от производителей, то образовательные услуги для косметологов, парикмахеров, мастеров по маникюру, массажистов, вместе взятых, складываются в сумму порядка 2,0–2,5 млрд руб. Половина рынка приходится на Москву, половина более или менее ровно распределена в стране, и, кроме столицы, нет ни одного региона, где было бы выгодно содержать офлайн-площадку для blended learning.

В Sikorsky Academy отмечают, что онлайн-игроков или компаний с развитым blended learning в области красоты и ухода за собой («бьюти») на рынке фактически нет. Его составляют преимущественно офлайн-компании, которые стагнируют или теряют позиции, и индивидуальные специалисты, обучающие с помощью Instagram. Вторые и формируют тренд на наставничество и передачу знаний и навыков в «цеховом» духе — от учителя к ученику, который в Sikorsky Academy надеются в обозримом будущем имплементировать в свою деятельность.





4. Духовные практики и личностный рост

Рынок оценивается в 2,2 млрд руб. по результатам 2019 года. По данным сервиса «Яндекс.Кассы», среднегодовой оборот учившегося в этой категории составил около 8,7 тыс. руб. в год.

При высоких показателях востребованности такого обучения доля платящих клиентов одна из самых низких — 17%. Показатель проникновения онлайн-обучения (в виде онлайн-контента, онлайн-курсов, дистанционного обучения с преподавателем) равен 34%, но доля активных онлайн-слушателей от всей аудитории составляет только 10%. **Онлайн-сегмент оценивается в 250-300 млн рублей.**

Обучение в большинстве случаев носит прагматический характер: творческая реализация, рост (24%), учёба для удовольствия (20%) или получения знаний общего характера (13%); заметно реже — в 11% случаев — получение практических навыков. В основном, обучение либо имеет минимальную продолжительность (у 31% — меньше недели), либо, напротив, длится долго, вероятно, превращаясь в лайфстайл-практику (у 24% — больше полугода).

Важнейшее свойство обучения «мягким» навыкам — комплементарность. Это значит, что обучение, как правило, не ограничивается одним курсом: например, те, кто изучает навыки личностного роста, осваивают и психологию, сочетают практики духовного роста с заботой о здоровье или прикладными творческими навыками.



5. Спорт, питание, здоровье

Рынок навыков поддержания физической формы, практик здорового питания и здорового образа жизни оценивается суммарно в 3 млрд руб. Доля платящих потребителей лишь 13%, расходы на обучение — в среднем 7,7 тыс. руб. **Доля пользователей онлайн в образовательных целях составляет 41%, однако показатель коммерческого охвата онлайн-аудитории не превышает 3,5%. Сегмент оценивается в 300 млн руб.**

Основные провайдеры образовательных услуг (платных и бесплатных) в нише — онлайн-провайдеры образовательного контента, включая авторские курсы, — на них приходится 28%; 22% — курсы в частных школах, обучающие мероприятия в образовательных учреждениях; индивидуальные занятия с репетитором/специалистом — 17%.

Как и в других «мягких» нишах, здесь выражена гендерная диспропорция: 70% обучавшихся в 2019 году — женщины. Целевой аудиторией рынка являются либо безработные (в том числе пенсионеры), либо предприниматели.



6. Педагогика, воспитание детей

Небольшая ниша «мягких» навыков. По нашей оценке, её объём исчисляется суммой в пределах 300 млн руб. в год.

В большинстве случаев востребовано изучение точечных практических навыков (52%), у 74% учащихся образовательный цикл длится не более двух недель. Доля проникновения платного онлайн — на уровне 10%. 90% аудитории сегмента — женщины; в 42% случаев студент — современный специалист, в 21% — технический исполнитель, ещё 13% — пенсионеры.

Часть наших расчётных показателей ёмкости сегментов в «мягких» нишах соотнобразуется с оценками игроков рынка, в первую очередь GetCourse, часть ощутимо расходится с ними. Это связано, с одной стороны, с разницей в типологии рыночных ниш и принципах их вычленения, с другой — с разночтениями, чем ограничивается круг «мягких ниш».

Основные выводы

- На протяжении 2019 года 22,8 млн россиян (почти 63% населения страны) имели опыт дополнительного обучения в каком-либо формате.
- Средний ежемесячный доход среди целевой аудитории дополнительного образования взрослых колеблется у отметки 36 тыс. руб. — чуть выше, чем в среднем по России (33 тыс. руб.).
- Доля россиян, плативших за дополнительное обучение, выше всего в городах миллионниках — 31%. В Москве и Санкт-Петербург она доходит до 34%. Средний показатель по России — 25%.
- Ядро аудитории рынка — женщины в возрасте около 25 лет, без детей, со средним средним доходом на уровне 55 тыс. руб., по роду занятости — бизнесмен, руководитель или высокооплачиваемый специалист, либо не работает и при этом не ищет работу.
- Топ-5 самых массовых направлений обучения:
 - обучение на производстве (17%);
 - творчество, прикладные декоративные навыки, хобби (13%);
 - спорт, здоровье (9%);
 - духовные практики и личностный рост (7%);
 - иностранные языки, психология, финансы и налоги, а также специализации узкого и сложного профиля (по 6% у каждого).
- В 2019 году b2c-рынок дополнительного обучения, включая ниши лайфстайла и хобби, имел объём около 140 млрд руб. На онлайн приходится около 13,5% от рынка дополнительного образования взрослых, или 19 млрд руб.
- По скорости роста российский рынок дополнительного профессионального образования опережает прогнозы, сделанные в предыдущие годы: его онлайн-часть измеряется суммой около 11,5 млрд руб.
- Рынок обучения иностранным языкам по итогам 2019 года исчислялся примерно 31 млрд руб. При этом уровень проникновения образовательных онлайн-решений в нём составляет около 17%. По нашим оценкам, онлайн-сегмент b2c-рынка дополнительного изучения языков взрослыми достиг 5,3 млрд руб.

«Мягкие ниши» на рынке онлайн-обучения взрослых: тренды и экспертные оценки

В 2017–2019 годах в российском онлайн-образовании стремительно росли проекты в мягких нишах, которые не были учтены в исследовании Edmarket.Digital-2017.

Отметим, что это общемировая тенденция. Согласно исследованию Агентства инноваций города Москвы, в числе наиболее привлекательных для инвесторов направлений — программы обучения по хобби и увлечениям: среднегодовой показатель роста инвестиций на интервале 2015–2018 гг. — +252%.

Характерный пример такого игрока на международном рынке — компания Bluprint, предлагающая онлайн-курсы по рукоделию от мировых экспертов, с более чем 150 млн пользователей из 35 стран.

На российском рынке наиболее крупной компанией, которая осваивает «мягкие ниши», следует признать GetCourse.

Рост как в объемах выручки, так и в численности учащихся наблюдается во всех основных «мягких нишах», в том числе в направлении обучения профессиям. Оговоримся, зачастую сложно разделить профессии «конвенционального ДПО» (программист, веб-дизайнер, маркетолог и т.п.) и профессии из «мягких ниш» (часть экспертов причисляет сюда специальности визажиста и парикмахера, часть предпочитает относить их к сфере дополнительного профессионального образования без специальных оговорок).

Игроки рынка предполагают, что обучение в «мягких нишах» укореняется в качестве досуговой практики и занимает долю рынка у других «развлечений».

Что касается форматов онлайн-курсов в области хобби, личного роста и развития, а также soft skills, усиливается тренд на образовательные продукты для освоения микронавыков (например, в рисовании — мини-курс по штриховке).

Рынок дополнительного профессионального образования взрослых: экспертные оценки

По оценке гендиректора акселератора Ed2 Натальи Царевской-Дякиной, **объём рынка дополнительного профессионального образования для взрослых, включая хобби-, бизнес-, лайфстайл-образование, в 2019 году составил 220 млрд руб., доля онлайн в его структуре доходит до 30%** (в зависимости от сегмента).



Наталья Царевская-Дякина,
гендиректор акселератора Ed2:

— Российский рынок образования прирастает сейчас именно за счёт онлайн-образования. Он не показывал бы таких темпов роста, если бы не цифровые технологии. Та часть населения, которая иначе бы не пришла в образование, оказалась вовлечена в него именно за счёт онлайн-игроков.



ЭКСПЕРТНЫЕ ОЦЕНКИ

EdTech-предприниматель, сооснователь Otus.ru Дмитрий Волошин даёт чуть более низкую оценку рынка ДПО — 216 млрд руб. на 2019 год. Разница в двух приведённых оценках может отчасти объясняться расхождениями относительно того, к какой части рынка онлайн-образования относить «мягкие ниши» (хобби, «досуговое», лайфстайл-образование) и учитывать ли их в расчётах. Вместе с тем проникновение цифровых технологий в сегменте Дмитрий полагает гораздо менее глубоким — на уровне 0,8%.

Средний чек по длительным программам в ДПО, по оценкам игроков рынка, находится на уровне 38–40 тыс. руб. Всего же по программам ДПО в России обучается около 50–55 тыс. человек в год.

С точки зрения массовости в сегменте, по экспертным оценкам, доминирует направление digital-профессий (программисты, интернет-маркетологи, веб-дизайнеры и пр.): его доля составляет, по разным оценкам, 35–50%. Несколько меньше, однако заметна доля бизнес-образования (обучение менеджменту, финансам и т.д.).

Сравнительно новое направление и одна из точек роста в сегменте — обучение бизнесу в онлайн-образовании. Заметно увеличилось число онлайн-школ в последние полтора-два года, и эти новые игроки форсируют развитие сегмента.

Наиболее заметные игроки сегмента ДПО: топ-3 по интегральному показателю (выручка, темпы роста, база пользователей) — GeekBrains, Skillbox и «Нетология», за ними следуют Otus и Skill Factory.

С точки зрения взаимодействия с аудиторией преимущество получила модель помощи выпускникам в трудоустройстве или даже гарантированного трудоустройства. Так или иначе, большинство онлайн-платформ в ДПО стремится содействовать тем, кто прошёл на них обучение, в поиске работы.



Дмитрий Волошин, EdTech-предприниматель, сооснователь Otus.ru:

— Образовательный центр не является субъектом процесса трудоустройства. Он может способствовать трудоустройству, но не гарантировать его. Кроме того, основная масса компаний готовит специалистов junior-уровня, а на рынке наблюдается «перепроизводство» новичков. Главный вопрос — как готовить людей под бизнес-задачи, с минимизацией затрат работодателя на адаптацию сотрудников.



ЭКСПЕРТНЫЕ ОЦЕНКИ

Направление дополнительного профессионального образования характеризуется в равной мере высокой потенциальной ёмкостью и острой конкуренцией. Одно из следствий — широко распространённая практика ценовых войн, активная «игра» со скидками (они могут достигать до 70%), вследствие которой реальный среднегодовой чек у большинства крупных компаний ниже базового значения — в диапазоне 45 тыс. руб.

Также продолжается конвергенция «чисто образовательных» организаций и представителей инфобизнеса. С одной стороны, отдельные недобросовестные продавцы инфопродуктов повышают недоверие новой аудитории к цифровым механизмам в образовании, с другой — процесс сближения стратегически сулит выгоды обоим «лагерям». В частности, инфобизнес демонстрирует EdTech-компаниям механику эффективного маркетинга, а те учат его создавать более содержательные образовательные продукты с высокой добавленной ценностью. Впрочем, взаимопроникновение происходит медленно (в том числе потому, что инфобизнес не хочет снижать свою маржинальность, а это неизбежно при миграции на модель образовательного онлайн-сервиса), и едва ли оно оказывает серьёзное влияние на рынок онлайн-образования, на чём сходится большая часть экспертов.

Наиболее заметные прорывы по части эффективности обучения происходят не в плоскости технологий, а в плоскости методологий преподавания и инструментов управления образовательными процессами, в том числе благодаря усилиям таких проектов, как EdMarket.



Дмитрий Волошин, EdTech-предприниматель, сооснователь Otus.ru:

— На российском рынке ДПО по-прежнему много говорят о внедрении прорывных технологий — например, об использовании искусственного интеллекта и машинного обучения для формирования универсальных образовательных траекторий, — но, к сожалению, пока я не видел ни одного живого кейса с их действенным прикладным применением.



ЭКСПЕРТНЫЕ ОЦЕНКИ

Процесс консолидации рынка, характерный в 2019 году для российского онлайн-образования, особенно чётко выражен в сегменте ДПО: во-первых, налицо усиление когорты лидеров, притом что некоторые из них, оставаясь независимыми как бизнес-единицы, усилиями инвесторов тяготеют к образованию конгломератов (вспомним, что Mail.ru Group собрал под своим крылом GeekBrains и Skillbox, а «Севергрупп» наряду с долей в «Нетологии» имеет портфель из комплементарных ей TalentTech-проектов), во-вторых, партнёрские отношения между игроками постепенно становятся более тесными.

Всё большим спросом пользуются сервисы, сосредоточенные на обучении профессиям, которые до сих пор не ассоциировались с ДПО, как то: парикмахер, визажист, психолог, диетолог, флорист. По наиболее убедительной гипотезе, это обусловлено увеличением проникновения онлайн-образования в широкие пласты ранее не охваченной целевой аудитории.

Наметился также тренд на образование как развлечение или как образ жизни. Отсюда проистекает популярность курсов с селебрити (ближайших западный аналог — Masterclass.com), которая в следующие три-пять лет будет только нарастать.

Эксперты выделяют следующие точки роста в ДПО для взрослых.

- **Игроки рынка онлайн-образования почти не ведут активности в сфере инженерного образования.** Тогда как формирование подобных кадров для различных индустриальных доменов является насущной потребностью российской экономики.
- **Велика и будет увеличиваться потребность в онлайн-обучении медиков,** и она на текущий момент фактически не закрыта EdTech-компаниями.
- **Синие воротнички (от парикмахеров до сталеваров), онлайн-образование здесь может быть частью комплексного blended learning.**

ЭКСПЕРТНЫЕ ОЦЕНКИ

В числе проблем российского рынка онлайн-образования в ДПО:

- **острая нехватка кадров в онлайн-образовании**, которая пока не восполняется в достаточной мере образовательными инициативами самих его игроков;
- **недостаточно широкая популяризация самого онлайн-образования** (значительная часть населения до сих пор относится к нему настороженно);
- российский рынок EdTech демонстрирует высокий потенциал роста, но в мировом масштабе его **addressable market крайне мал**, и ещё меньше ёмкость сегмента ДПО внутри него.



Дмитрий Волошин, EdTech-предприниматель, сооснователь Otus.ru:

— Мы внутри рынка склонны системно переоценивать скорость изменений в образовании. Образование в силу своей природы меняется медленно, вне зависимости от того, перенесено ли оно в цифровую среду. Поэтому, например, с моей точки зрения, индивидуальные образовательные траектории, о которых так много говорили на рынке ещё в 2017 году, едва ли массово начнут применяться раньше чем через пять лет.



Дополнение. Исследование аудитории дополнительного онлайн-образования для взрослых (лето-2019): портрет, финансы, предпочтения

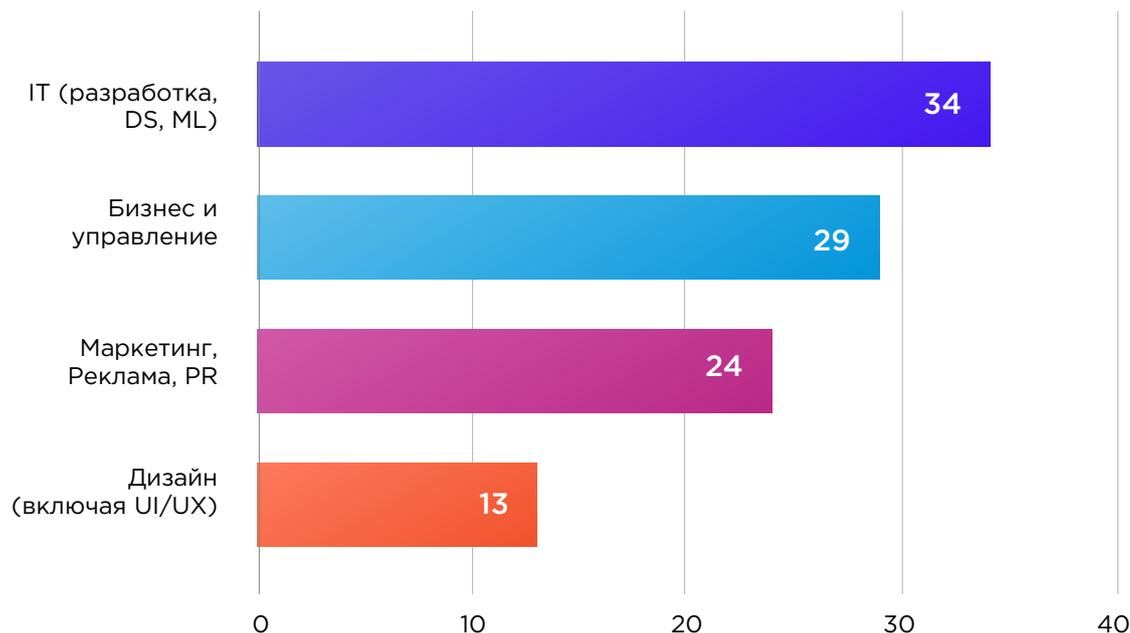
Летом 2019 года наша исследовательская группа провела онлайн-опрос **1 тыс. жителей российских городов с населением свыше 500 тыс. человек, которые учились или собирались учиться в ближайший год на платных онлайн-курсах.** Задачей исследования было составить портрет учащихся на онлайн-программах ДПО и выделить особенности новой аудитории в этой нише, уточнить цели их обучения и предпочтения, средние чеки за образовательные программы. Вот краткий обзор тех результатов, которые принёс опрос.

Средний возраст взрослого слушателя онлайн-программ — 35 лет в Москве, 33 года в регионах. Средний доход в Москве — 70,4 тыс. руб., в Санкт-Петербурге — 59,2 тыс. руб., в регионах — 43,1 тыс. руб.

От всей выборки на Москву приходится 41% всех опрошенных, 59% — на регионы. Среди же тех, кто только планировал на тот момент обучаться, виден перевес в пользу столицы (77%). Очевидным образом перекос вызван большей долей групп с высоким доходом в Москве: на прямой вопрос о планах на обучение в ближайшие полгода-год москвичи отвечали увереннее.

Более половины (52%) опрошенных оценивают уровень дефицита необходимых им знаний и навыков как средний, лишь периодически дающий о себе знать, 24% — как высокий, но не критический, 5% — как критический.

Направление обучения



Около трети респондентов проходили или собирались проходить обучение в сфере IT (что отчасти обусловлено высокой долей IT-специалистов в выборке), 29% предпочитают бизнес и управление, 24% — маркетинг, реклама и PR, 13% — дизайн, включая UX. Среди тех, кто собирался проходить обучение, приоритет IT и бизнес-обучения практически одинаков, что отражает структуру выборки по профессиям: IT-специалисты собираются совершенствоваться в IT, административный персонал — получать навыки и знания, связанные с бизнесом и управлением.

По двум направлениям обучения — (а) маркетинг, реклама и PR, (б) дизайн — распределение слушателей по доходам показывает приблизительно сходную картину: наивысшие пики видны в диапазонах месячного заработка 50-75 тыс. руб. и 25-30 тыс. руб. В то же время при разбивке респондентов, осваивающих скиллсеты в сфере бизнеса и управления, виден тренд на планомерное усиление потребности к дистанционному обучению, однако среди тех, кто получает свыше 75 тыс. руб. в месяц, эта потребность снижается.

I ДОПОЛНЕНИЕ

Наиболее равномерное распределение по величине дохода демонстрируют студенты в IT-направлении: в пропорциональном отношении среди них учится на онлайн-программах максимальная, в сравнении с другими группами, доля людей, получающих более 75 тыс. руб. в месяц.

Примечательно, что пиковые значения месячного дохода среди тех, кто лишь собирался обучаться онлайн, отмечаются в диапазоне 50–75 тыс. руб. Причём в регионах среди собиравшихся пройти онлайн-обучение можно выделить две основные группы по доходам согласно пиковым значениям: с низким заработком (25–30 тыс. руб.) и условный «средний класс» (50–75 тыс. руб.)

В масштабе страны наиболее крупный средний чек за курс (24,2 тыс. руб.) приходится на направления бизнеса и управления, где средний доход слушателя не является максимальным в нашей выборке и составляет 56,4 тыс. руб. в месяц. В свою очередь, у обучающихся IT-навыкам наибольший в разрезе всех четырёх групп средний месячный доход, однако средняя стоимость обучения находится на относительно низкой отметке — 16,7 тыс. руб. (при том что показатель для сферы дизайна, будучи минимальным среди рассмотренных, лишь немногим меньше — 15,9 тыс. руб.). Сопоставимые пропорции наблюдаются не только по выборке в целом, но и в столице.

Половина всех опрошенных имела целью усовершенствовать свои навыки в нынешней профессии, равные доли респондентов (по 22%) намеревались получить навык из другой области или освоить специальность с нуля. Ради общего представления о профессии к учебе приступала или намеревалась приступить наименьшая часть опрошенных (6%). В то же время среди тех, кто только собирался прибегнуть к средствам онлайн-обучения, заметно выше доля желающих освоить новую специальность с нуля (36%), притом что общий процент почти тот же (7%), что и в среднем по всей базе респондентов.

Среди тех, кто летом 2019 года только собирался пройти онлайн-обучение, доля заинтересованных в получении новых навыков существенно выше в группе с самым высоким доходом. В то же время в сегменте низких доходов преобладает доля тех, кто планирует обучаться профессии.

I ДОПОЛНЕНИЕ

При декомпозиции выборки на области обучения картина целеполагания несколько меняется. Так, в сфере маркетинга, рекламы и PR выше, чем в трёх остальных категориях, доля желающих освоить профессию с нуля (27%) — чуть больше, чем в IT. Среди опрошенных нами наименее склонны совершенствовать свои навыки в нынешней профессии за счёт онлайн-обучения те, кто занимается дизайном. Получить общее представление в профессии и освоить новую специальность с нуля — наименее характерная мотивация для тех, кто прошёл или собирается проходить обучение в направлении бизнеса и управления, в сопоставлении с распределением целей между представителями других групп.

Среди тех, кто собирается учиться, чтобы получить общее представление о профессии (7%), больше востребованы азы IT. Совершенствовать навыки в нынешней профессии чаще приходят на учебные курсы по направлению бизнеса и управления. За «профессией с нуля» чаще всего идут в IT.

Для тех, кто собирался обучаться навыкам, топ-3 целей выглядит так: совершенствование текущих навыков (59%), обучение ради повышения (25%), обучение отдельным навыкам по необходимости, для соответствия карьерным требованиям (25%).

Принятие решения об обучении



Большинство (68%) студентов признали, что принимали решение об обучении исключительно самостоятельно. На выбор 15% опрошенных частичное влияние оказал работодатель, и лишь у 9% решение было продиктовано работодателем напрямую.

I ДОПОЛНЕНИЕ

Слушатели из корпоративного сектора, учившиеся: (а) IT и (б) бизнесу и управлению, чаще всего получают финансовую поддержку от своей компании: обучение 40% и 35% респондентов в этих двух категориях соответственно было оплачено работодателем, полностью или частично.

Что касается формата обучения, наиболее популярны видеокурсы с сопровождением преподавателя — им отдали предпочтение 37% участников опроса. У вариантов «Самостоятельно, по платным заранее записанным видео на образовательных сайтах» и «По смешанной модели обучения» — 24 и 17% соответственно; другие форматы набрали 12% и менее.

Львиная доля студентов полностью удовлетворены (40%) или скорее удовлетворены (53%) результатами обучения. Примечательно, что формат проверки домашних заданий влияет на степень удовлетворённости результатами обучения. Отсутствие домашних заданий или отсутствие их проверки также повышает вероятность неудовлетворённости результатом обучения. При отсутствии домашних заданий доля респондентов, не удовлетворённых обучением, примерно вдвое выше, чем в случае их наличия. Перекрёстная проверка и отсутствие проверки также повышают вероятность негативного отзыва о курсе.

В 66% случаев у опрошенных нами обучение в онлайн-школе длилось более одного месяца. При увеличении длительности обучения от недели до полутора месяцев его средняя стоимость увеличивается лишь на 8%. Но при увеличении протяженности курса от полутора до одного-двух месяцев — уже в среднем на 50%. Стоимость обучения за один-два месяца и за три-шесть месяцев сопоставима, но при длительности больше шести месяцев стоимость снова увеличивается на 50%.

Обучение навыкам, как показывает наша выборка, чаще всего осуществляется в более сжатые сроки, чем обучение профессиям, и в 43% случаев длится меньше месяца. Обучение профессиям предполагает более продолжительное обучение — обычно, в 29% случаев, порядка двух-трёх месяцев, плюс примерно в такой же доле случаев свыше трёх месяцев (сравним с 18% программ такой длительности в навыковом обучении).

Тремя важнейшими критериями при выборе онлайн-школы для участников опроса, прошедших обучение в одной из них, служили — в порядке убывания значимости: «Содержание программы курса: логика, темы», «Наличие подходящего курса, лучше всего соответствующего моей цели», «Подходящая для меня стоимость».

Основные выводы

- **Наиболее «демократичные» средние чеки на обучение — в сферах IT и дизайна.** Прямой зависимости между средним заработком студентов на той или иной группе специальностей и стоимостью обучения не фиксируется.
- **Типичный средний доход слушателя онлайн-курсов — 50-75 тыс. руб., как среди прошедших обучение, так и среди планирующих его.**
- **За «профессией с нуля» чаще всего идут в IT —** особенно представители «новой аудитории онлайн-образования», которая только собиралась приступить к обучению.
- В «новой аудитории» онлайн-образования (среди тех, кто на лето 2019 года собирался пройти дистанционное обучение в течение ближайших полугода-года) заметно выше доля желающих освоить новую специальность с нуля — таковых насчитывалось 36%, против 22% в среднем по базе опрошенных; это лидирующая мотивация для тех, кто только подступает к онлайн-образованию.

Навыки в своей текущей профессии среди «новой аудитории» стремятся улучшить 33% опрошенных, что ощутимо меньше, чем 50% людей с такой мотивацией по всей выборке.

- **Большинство студентов принимают решение о прохождении обучения самостоятельно.** Коллеги и знакомые, с одной стороны, и работодатели — с другой оказывают влияние на выбор для равно небольшой доли респондентов (по 15%). Лишь меньше одной десятой опрошенных прошли онлайн-обучение по побуждению своего нанимателя. В корпоративном мире наиболее поощряется компаниями, по крайней мере финансово, дистанционное образование в областях IT и бизнеса и управления.
- **Из форматов обучения наиболее популярны видеокурсы с сопровождением преподавателя** (37% опрошенных), «Самостоятельные занятия по платным заранее записанным видео на образовательных сайтах», или self-paced learning (24%), а также смешанная модель обучения, blended learning (17%)

Оценки уровня удовлетворенности



- Девять из десяти студентов в той или иной мере удовлетворены пройденным обучением. Однако не имеют никаких нареканий только 40% респондентов.

- **Наиболее приемлемый формат промежуточной оценки результативности обучения — проверка домашних заданий ментором или преподавателем** либо автоматическая проверка средствами самой платформы. Отсутствие домашних заданий, равно как и механика перекрёстной проверки, резко повышают вероятность формирования у студента негативного впечатления об образовательном сервисе.

- **Стоимость обучения была значимым фактором в выборе онлайн-школы лишь для 30% опрошенных** (тех, кто учился в какой-либо из таких школ). Главные критерии — содержание учебной программы и наличие курса, наиболее точно отвечающего целям потенциального студента. Репутация проекта, наличие образовательной лицензии, отзывы знакомых имеют вес, но не имеют решающего значения в ситуации выбора школы.

Часть 5. Государственное регулирование образования

Государственная программа «Развитие образования»

Ответственность за реализацию программы
возлагается на Министерство просвещения РФ.

Сроки реализации программы: 2018–2025 гг.

Общий объём финансирования — 4,9 трлн руб.,
ежегодно до 2025 года включительно на
программу в совокупности выделяется от 179 млрд
до 352 млрд руб.*

* Информация приводится на сайте Правительства РФ: <http://gov.garant.ru/SESSION/PILOT/main.htm>

Основные направления программы

- Развитие среднего профессионального и дополнительного профессионального образования (Федеральный проект «Молодые профессионалы (повышение конкурентоспособности профессионального образования)»)

— Проект «Молодые профессионалы»

Что может быть интересно? Одна из ключевых заявленных целей программы — повышение уровня трудоустройства выпускников СПО. При этом не уточняется, идёт ли речь о трудоустройстве по специальности. Кроме того, в целевых показателях программы предусмотрено трудоустройство выпускников «в том числе по 50 наиболее перспективным и востребованным на рынке труда профессиям и специальностям», требующим СПО; ожидается также, что к 2023 году по этим специальностям будут внедрены программы обучения, причём длительность программы должна составлять не более шести месяцев. Эксперименты продолжатся и на уровне преподавания: в практику работы образовательных организаций внедряется «система наставничества».

Общий бюджет проекта «Молодые профессионалы» превысит 156,2 млрд руб. по итогам 2024 года*.

* См. <https://vestnik.edu.ru/national-project>

- Развитие дошкольного и общего образования (Федеральный проект «Современная школа», Федеральный проект «Успех каждого ребёнка», Федеральный проект «Цифровая образовательная среда»).

— Проект «Современная школа»

Что может быть интересно? Одна из декларируемых целей проекта — увеличение до 50% к 2024 году доли учителей, «осуществляющих непрерывное повышение уровня профессионального мастерства»*, а также реализация общеобразовательных программ в сетевой форме для 70% школ к 2024 году. Сетевая форма организации учебного процесса предполагает совместную реализацию учебной программы (включая дополнительные образовательные программы) аккредитованными и лицензированными организациями**: современные программы обучения, включающие освоение digital-навыков, могут быть реализованы совместно с частными онлайн-школами.

На воплощение проекта «Современная школа» будет выделено более 295,1 млрд руб.

* В том числе в рамках проекта «Учитель будущего», на который выделяется в общей сложности 15,4 млрд руб.

** См. <http://xn--273--84d1f.xn--p1ai/publikatsii/pravovoe-regulirovanie-licenzirovaniya-i-gosudarstvennoy-akkreditacii-obrazovatelnyh>

■ Цифровая образовательная среда

Что может быть интересно? План проекта предусматривает, что к 2024 году 100% образовательных организаций обеспечены интернетом и создана сеть центров цифрового образования детей, в том числе за счёт федеральной поддержки не менее 340 центров цифрового образования «IT-куб» с годовым охватом не менее 136 тыс. детей. «IT-куб» позиционируется как «центр IT-творчества», где дети смогут изучать современные языки программирования и уже с детства обучаться навыкам, необходимым в IT-профессиях.

В числе KPI успешной реализации гранта — создание системы оценки качества онлайн-курсов, разработка требований к навыкам в области онлайн-обучения, разработка предложений по нормативно-правовому обеспечению развития онлайн-обучения.

Одним из показателей является количество образовательных организаций ВПО и СПО, гарантирующих зачёт результатов прохождения онлайн-курсов. Среди целей проекта также создание системы доступа к онлайн-курсам разных образовательных уровней по принципу «одного окна». В список мероприятий в рамках проекта включено и создание системы повышения квалификации преподавателей и специалистов в области онлайн-обучения.

Можно ожидать, что количество онлайн-курсов и симуляторов для программ высшего образования и среднего профессионального образования в рамках формального и неформального обучения будет расти*. Можно ожидать, что дополнительный импульс к развитию получит бизнес в области методического сопровождения процесса онлайн-обучения и внедрения инфраструктурных компонент обучения.

На проект выделено 79,8 млрд руб.

* Приведённая информация содержится в тексте Приказа Минобрнауки «Реализация отдельных мероприятий приоритетного проекта «Современная цифровая образовательная среда в Российской Федерации» в сфере профессионального образования».

- Развитие дополнительного образования детей и реализация мероприятий молодежной политики.

— Проект «Успех каждого ребёнка»

Что может быть интересно? Предполагается, что к 2024 году доля детей в возрасте от 5 до 18 лет, получающих дополнительное образование, составит 80%. Планируется создание 245 детских технопарков «Кванториум» и 340 мобильных технопарков «Кванториум» с общей численность аудитории в 2 млн детей. Строительство технопарков осуществляется в рамках приоритетного проекта «Доступное дополнительное образование для детей». В 2018 году первые трансферты на строительство технопарков получили 12 регионов, общая сумма составила 870 млн. руб., сообщается на сайте Правительства РФ*.

«Кванториум» — центр в региональной системе дополнительного образования детей, обеспечивающий согласованное развитие дополнительных общеразвивающих программ различной направленности (технической, естественнонаучной, художественной, социально-педагогической, туристско-краеведческой, физкультурно-спортивной)**.

При реализации дополнительных общеразвивающих программ активно используются сетевое взаимодействие, в том числе с применением дистанционных технологий и электронного обучения, предоставляющих доступ к образовательным программам, инфраструктуре, педагогам и средствам обучения и воспитания для детей вне зависимости от их места проживания.

На реализацию проекта выделено 80,5 млрд руб.

* См. <http://government.ru/docs/32528/>

** Паспорт проекта (источник — сайт Правительства РФ): <http://static.government.ru/media/files/MOoSmsOFZT2nlupFC25lqkn7qZjkiqQK.pdf>.

■ **Совершенствование управления системой образования.**

Что может быть интересно? В рамках программы планируется оснастить к 2024 году интернетом до 100 тыс. организаций, реализующих программы общего и среднего профессионального образования. На реализацию проекта «Информационная инфраструктура» в 2020 году будет выделено 322,4 млн руб., а в 2021 году часть этих денег будет направлена на развитие цифровой инфраструктуры образования (средства изыскиваются из бюджета программы «Информационное общество»).

Для педагогов должны быть разработаны программы повышения квалификации с учетом стандартов «Ворлдскиллс Россия» по компетенциям, приоритетным для цифровой экономики (не менее 5 тыс. педагогов ежегодно должны проходить программы повышения квалификации).

К концу 2021 года должно быть разработано 20 программ повышения квалификации по компетенциям, востребованным в цифровой экономике, при этом обучение по программам должны пройти 5 млн человек.

Государственная программа «Цифровая экономика»

5 июля 2017 года госпрограмма «Цифровая экономика» была одобрена Советом по стратегическому развитию и приоритетным проектам при президенте России. Ежегодно она предполагает подготовку около 1 млн человек, а на её обеспечение будет тратиться 5 млрд руб. ежегодно (около \$83 млн по курсу ЦБ РФ на 7 июля 2017 года). Эти средства получают люди, обладающие квалификацией для переподготовки специалистов, которые смогут работать в новых условиях.

Проект кадрового обеспечения госпрограммы «Цифровая экономика» предусматривает доступ более 1 млн россиян ежегодно к онлайн-программам второго высшего образования. Для этого будут выпущены специальные электронные ваучеры, которые получат желающие повысить квалификацию или получить новые компетенции в области цифровой экономики. Однако ваучеры будут предлагать специалистам, которые лишились работы из-за автоматизации труда.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОГРАММА «ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА»

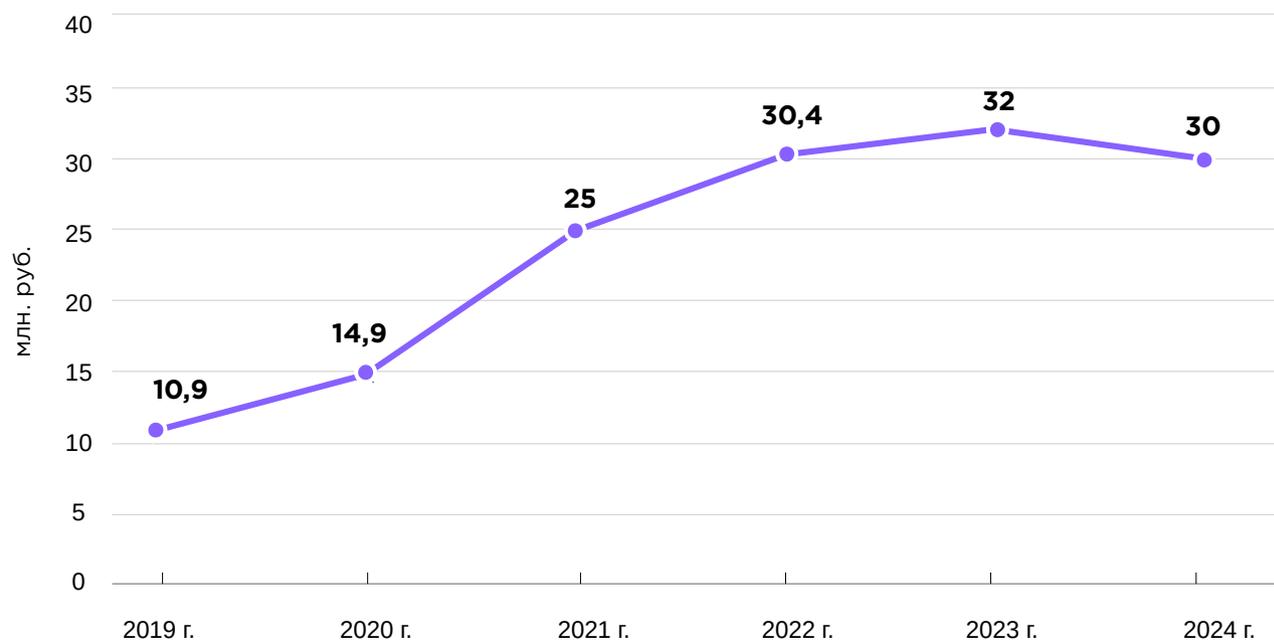
В рамках программы будет реализован проект «Кадры для цифровой экономики».

Сроки реализации: 2019–2024 гг.

Бюджет проекта: в сумме 143,2 млн руб. получат участники проекта

Ожидается, что часть этих средств пойдёт на подготовку квалифицированных специалистов по программам СПО и программистов (план правительства состоит в увеличении числа принятых на обучение по программам ВПО в ИТ до 120 тыс. человек*). Список наиболее востребованных «профессий будущего» и навыков, обучение которым реализуется на уровне СПО, перечислен на [сайте программы](#).

Распределение бюджет проекта «Кадры для цифровой экономики»



* Из уставных документов Национального проекта «Цифровая экономика».

• **Национальная технологическая инициатива.**

По распоряжению от 30 марта 2018 года №557-р., средства в размере 9,6-10,6 млрд руб. выделены на реализацию проектов Национальной технологической инициативы. Эти средства предусмотрены в федеральном бюджете на 2018 год. Тогда как в бюджете на 2019 год на реализацию мероприятий Национальной технологической инициативы (НТИ) предусмотрены бюджетные ассигнования в объёме свыше 6,2 млрд руб.

«4,41 млрд руб. из общей суммы будет направлено Минобрнауки России на предоставление субсидий. Из них: 2,4 млрд руб. — на проекты по «дорожным картам» НТИ; 129,6 млн руб. — на организацию и проведение технологических конкурсов в целях реализации НТИ; 233,5 млн руб. — на финансовое обеспечение программ по развитию отдельных направлений НТИ некоммерческими организациями, которые выполняют функции инфраструктурных центров; 1,25 млрд руб. — на финансирование организации, наделённой Правительством РФ функциями оператора, на государственную поддержку деятельности Университета НТИ; 400 млн руб. — на предоставление субсидий в форме имущественного взноса на господдержку «Платформы Национальной технологической инициативы»».*

Что может быть интересно? Министерство экономического развития Российской Федерации и РВК согласовали основные параметры по организации деятельности и финансированию венчурного фонда для поддержки перспективных образовательных технологий цифровой экономики. Документ подписали в июне 2019 года в рамках Петербургского международного экономического форума заместитель министра экономического развития РФ Илья Торосов и генеральный директор РВК Александр Повалко. Общий объём фонда составит 7 млрд руб. за счёт предоставления РВК из федерального бюджета в 2019-2021 гг. бюджетных инвестиций с увеличением на эквивалентную часть участия РФ в уставном капитале РВК. Срок деятельности Фонда составит десять лет с возможностью двукратного продления на срок в один год. Фонд будет организован в форме инвестиционного товарищества, при этом управляющий товарищ фонда будет определён в результате процедуры открытого отбора.

На реализацию некоммерческими организациями, осуществляющими функции инфраструктурных центров, программ по развитию отдельных направлений НТИ выделяется 0,5 млрд руб.

* Материалы на сайте Tadviser: <http://www.tadviser.ru/>

I ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПРОГРАММА «ЦИФРОВАЯ ЭКОНОМИКА»

- **Совместный проект Фонда «Сколково», Агентства стратегических инициатив (АСИ), проекта «Академия наставников» Открытого университета Сколково и Кружкового движения НТИ.** Задача проекта — создание системы массовой подготовки и сертификации наставников. Для этого создаются онлайн-курсы и проводятся очные интенсивы по подготовке наставников проектного обучения — «школы наставников». Планируется также создание «биржи наставников» — площадки трудоустройства наставников для школьных и студенческих проектов и команд. В 2019 году школы наставников должны были пройти в Новосибирске, Великом Новгороде, Владивостоке, Йошкар-Оле, Санкт-Петербурге, Иркутске, Белгороде, Ульяновске, Екатеринбурге, Томске и Челябинске.

Методология исследования

Дошкольное образование

1. Формула

Аудитория x Коэффициент охвата дошкольным образованием = Численность воспитанников

Численность воспитанников x Средний годовой чек = Объем рынка дошкольного образования

2. Аудитория

Аудитория рынка дошкольного образования рассчитывалась исходя из фактических показателей численности населения в возрасте 1-6 лет и официального демографического прогноза до 2024 г. (оба источника — Росстат).

3. Коэффициент охвата дошкольным образованием.

Коэффициент охвата — показатель, характеризующий долю численности воспитанников в общей численности населения в возрасте 1-6 лет. При расчете охвата аудитории инфраструктурой дошкольного образования мы пользовались данными Росстата о динамике охвата с 2009 по 2018 г., прогноз до 2024 г. составлялся с учетом динамики предыдущих лет.

4. Численность воспитанников.

Численность детей, посещающих дошкольные учреждения, дробилась в соответствии с фактическим распределением по регионам РФ (Росстат, 2009–2018). Прогнозное значение численности рассчитывалось в соответствии с официальным средним вариантом прогноза численности населения РФ с учетом распределения по возрастным группам (Росстат). Полученный из расчетов суммарный показатель численности был разбит по регионам РФ с учетом динамики, зафиксированной в историческом периоде (Росстат, 2009–2018).

5. Средний годовой чек и объем рынка (государственный сектор).

Суммарный объем рынка дошкольного образования в государственном секторе рассчитывался на основе показателей нормативно-подушевого финансирования (НПФ) на одного воспитанника, действующих в определенных регионах РФ, и суммы родительской платы за одного воспитанника, также скорректированной в соответствии со статистикой по регионам (Росстат, 2018). В дальнейших расчетах значение «среднего годового чека» (НПФ плюс родительская плата) умножалось на соответствующую численность аудитории детских садов в определенных регионах РФ.

Общее среднее образование

1. Формула

Аудитория \times Коэффициент охвата общим средним образованием = Численность учащихся

Численность учащихся \times Средний годовой чек =
Объем рынка общего среднего образования

2. Аудитория

Аудитория рынка общего среднего образования рассчитывалась исходя из фактических показателей численности населения в возрасте 7–17 лет и официального демографического прогноза до 2024 г. (оба источника — Росстат).

3. Коэффициент охвата аудитории.

Коэффициент охвата — показатель, характеризующий долю численности учащихся школ в общей численности населения в возрасте 7–17 лет. При расчете охвата аудитории инфраструктурой общего среднего образования мы пользовались данными Росстата о динамике охвата с 2009 по 2018 г., прогноз до 2024 г. составлялся с учетом динамики предыдущих лет.

4. Разделение численности учащихся на государственный и частный секторы.

На основе фактических данных с 2009 по 2018 г. был выделен темп роста доли учащихся частных школ в общей численности обучающихся по программам общего среднего образования. С учетом исторического тренда были рассчитаны показатели численности учащихся частных школ, степень проникновения частного сектора в систему общего среднего образования на прогнозный период (2018–2024 гг.).

5. Численность обучающихся.

Используя средний вариант официального демографического прогноза численности населения в возрасте 7–17 лет, рассчитанный прогнозный коэффициент охвата аудитории (п. 4), прогнозные показатели степени проникновения частного сектора в систему общего среднего образования (п. 5), мы рассчитали абсолютные показатели численности обучающихся в государственных, муниципальных и частных школах на прогнозный период 2019–2024 гг.

6. Средний годовой чек и объем рынка (государственный сектор).

Размер среднего годового чека в государственных и муниципальных учреждениях общего среднего образования тождественен размеру НПФ, законодательно установленных для определенных регионов РФ. Рассчитав прогнозную численность обучающихся, с разбивкой по регионам РФ и с разделением на частный и государственный секторы, в системе общего среднего образования (п. 5) и зная величину НПФ, мы установили объем рынка на 2018–2024 гг.

7. Средний годовой чек и объем рынка (частный сектор).

При расчете среднего годового чека в системе частного общего образования учитывались величина НПФ (с разбивкой по регионам РФ) и родительская плата. Для расчета среднего размера родительской платы в регионах РФ была проанализирована информация с крупнейших сайтов – агрегаторов предложений по платному школьному образованию в Москве. В дальнейшем эта сумма была аппроксимирована на регионы РФ с учетом разницы в среднем подушевом доходе между Москвой и регионами РФ (Росстат, 2018).

Дополнительное школьное образование

1. Формула

Численность учащихся в общем среднем образовании \times Доля получающих дополнительное среднее образование = Численность получающих дополнительное образование

Численность получающих дополнительное образование \times Интенсивность занятий (все формы обучения) \times Средний месячный чек (все формы обучения) = Объем рынка дополнительного среднего образования

Численность получающих дополнительное среднее образование \times Интенсивность занятий (онлайн форма обучения) \times Средний месячный чек (онлайн форма обучения) = Объем рынка дополнительного среднего онлайн-образования

2. Численность учащихся в общем среднем образовании.

Методика расчета фактической и прогнозной численности учащихся по программам общего среднего образования описана в разделе «Методика расчета основных показателей. Общее среднее образование».

3. Объем рынка дополнительного среднего образования.

Объем рынка рассчитан на основе аппроксимированных данных о рынке, которые были получены нами в ходе опроса в 2016 г. Тогда из расчетов рынка исключались любые формы бесплатных дополнительных занятий, а также занятия в творческих и спортивных кружках, секциях, поскольку те не относятся к школьной программе. Аппроксимированные оценки были дополнительно скорректированы экспертными оценками. Уровень онлайн-проникновения в дополнительное школьное образование также составлялся с учетом данных, полученных нами в 2016 г., и нашего прогноза вплоть до 2021 г., скорректированного по результатам экспертных интервью.

Высшее и среднее профессиональное образование

1. Формула.

Аудитория \times Коэффициент охвата = Численность учащихся

Численность учащихся \times Доля учащихся ВПО, СПО \times Доля учащихся в государственных и частных образовательных организациях ВПО, СПО \times Доля бюджетных и платных мест \times Средний годовой чек на бюджетное, платное место ВПО, СПО = Объем рынка ВПО, СПО

Объем рынка онлайн ВПО, СПО путем корректировки прогноза, высказанного нами в 2016 г.

2. Аудитория.

Аудитория рынка высшего и среднего профессионального образования рассчитывалась исходя из фактических показателей численности населения в возрасте 17–23 лет и официального демографического прогноза по этой возрастной когорте до 2024 г. (оба источника — Росстат).

3. Коэффициент охвата аудитории.

Коэффициент охвата — показатель, характеризующий долю численности учащихся высшего и среднего

профессионального образования в общей численности населения в возрасте 17–23 лет. При расчете охвата аудитории инфраструктурой высшего и среднего профессионального образования мы пользовались данными Росстата о динамике охвата с 2009 по 2018 г., прогноз до 2024 г. составлялся с учетом динамики предыдущих лет.

4. Численность учащихся в высшем и среднем профессиональном образовании.

Численность учащихся в настоящем была получена из официальной статистической информации о численности обучающихся в СПО и ВПО с разбивкой на частный и государственный сегменты (как в федеральном масштабе, так и с разбивкой по регионам РФ).

5. Доли учащихся в системах ВПО и СПО.

Доли обучающихся в системах ВПО и СПО известны за исторический период (2009–2018, Росстат). Прогноз динамики изменения соотношений названных долей до 2024 г. был сделан с учетом исторического тренда (за период 2009–2018 гг.) на увеличение доли учащихся в системе СПО от общего количества учащихся в системах ВПО и СПО.

6. Средний годовой чек и объем рынка бюджетных мест в системах ВПО и СПО.

С использованием фактических и прогнозных показателей:

- численности населения в возрасте 17-23 лет;
- охвата аудитории системами ВПО и СПО;
- общей численности учащихся по программам ВПО и СПО с разбивкой по регионам РФ и ступеням, уровням подготовки;
- долей учащихся в ВПО и СПО;
- долей учащихся в частных и государственных, муниципальных образовательных учреждениях;
- долей бюджетных и платных мест в системах ВПО и СПО;
- величин НПФ в качестве среднего годового чека, установленных для определенных регионов РФ

был рассчитан объем рынка бюджетных мест в системах ВПО и СПО для государственных, муниципальных и частных организаций.

Дополнительное профессиональное и дополнительное образование взрослых

1. Формула

Аудитория \times Коэффициент охвата образовательной инфраструктурой = Численность учащихся

Численность учащихся \times Средний годовой чек = Объем сегмента рынка

2. Объемы рынка ДПО и дополнительного образования взрослых

Оценки сегментов ДПО и дополнительного образования взрослых складывались на основании расчетов, произведенных нашей аналитической группой при содействии экспертов рынка для уточнения/валидации отдельных показателей. Основным источником информации служили данные всероссийского телефонного опроса взрослого (от 18 лет) населения городов численностью не менее 500 тыс. человек, получавших в течение 2019 года формальные/неформальные, платные/бесплатные, офлайн/онлайн образовательные услуги в перечисленных нами направлениях. Численность респондентов составила 1 тыс. человек, опрос был реализован в ноябре-январе 2019 года, выборочная

совокупность носила целевой характер, но по ряду признаков (география, возраст) повторяла структуру населения.

3. В расчеты рынка включались данные о доле охвата взрослого населения системой дополнительного образования

(сопоставленные с аналогичными показателями из базы данных RLMS HSE и Росстат). Для расчета средних чеков мы использовали: а) информацию респондентов о расходах по выбранным направлениям обучения за 2019 г., б) данные о средних чеках за обучение в формате онлайн по отдельным направлениям, предоставленные сервисом "Яндекс.Кассы" и "GetCourse". Погрешность в оценках между показателями нижнего и верхнего доверительного интервалов в зависимости от объема информации о средних чеках в сегментах может варьировать от 10 до 15 п.п.

По всем вопросам, связанным с исследованием, и по поводу сотрудничества обращайтесь по email:
research@edmarket.ru