

ПОТРЕБЛЕНИЕ ОНЛАЙН-ПРОДУКТОВ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ ОБРАЗОВАНИЯ: СОВРЕМЕННАЯ СИТУАЦИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Шамратова Татьяна Владимировна

студент, Балтийский федеральный университет им. И. Канта, РФ, г. Калининград

Берендеев Михаил Владимирович

научный руководитель, канд. социол. наук, доцент, Балтийский федеральный университет им. И. Канта, РФ, г. Калининград

Современный рынок образования в России становится все более насыщенным и многообразным. С ростом доступности интернета и использования онлайн-технологий, все больше людей выбирают онлайн-школы, массовые открытые онлайн-курсы (МООС) и другие онлайн-продукты для повышения своей квалификации и получения новых знаний.

Большинство онлайн-образовательных платформ предлагают широкий выбор курсов по различным направлениям, начиная от общеобразовательных предметов и заканчивая специализированными программами для профессионального развития.

По оценке DataInsight, траты на дополнительное онлайн-образование за последние 12 месяцев составили 226 млрд руб. [1]. Расходы оценивались среди взрослого населения, которые платили за дополнительное онлайн-образование, в том числе за курсы российских и зарубежных лидеров мнений, обучение в универсальных и специализированных онлайн-школах и в другие.

Сейчас большинство образовательных платформ проводят собственные исследования по изучению рынка онлайн-образования, в которых рассматривают более востребованные направления, анализируют сегмент потребителей, основные тренды, прогнозы на рынке образования и другие вопросы.

Цель нашего исследования - выявить наиболее востребованные направления развития онлайн-продуктов и тренды на российском рынке образования. В опросе приняли участие 397 респондентов, из различных субъектов Российской Федерации.

В опросе приняли участие 62,0% респондентов женского пола и 38,0% мужского.

Две самые значительные возрастные категории среди использовавших онлайн-продукты – люди в возрасте от 19 до 24 и от 25 до 34, следовательно, мы можем объединить эти две категории в одну – от 19 до 34. Именно эти люди составляют ядро потребителей онлайн-продуктов (86,9%). Посетители остальных возрастных групп составляют менее значительный процент от общего числа.

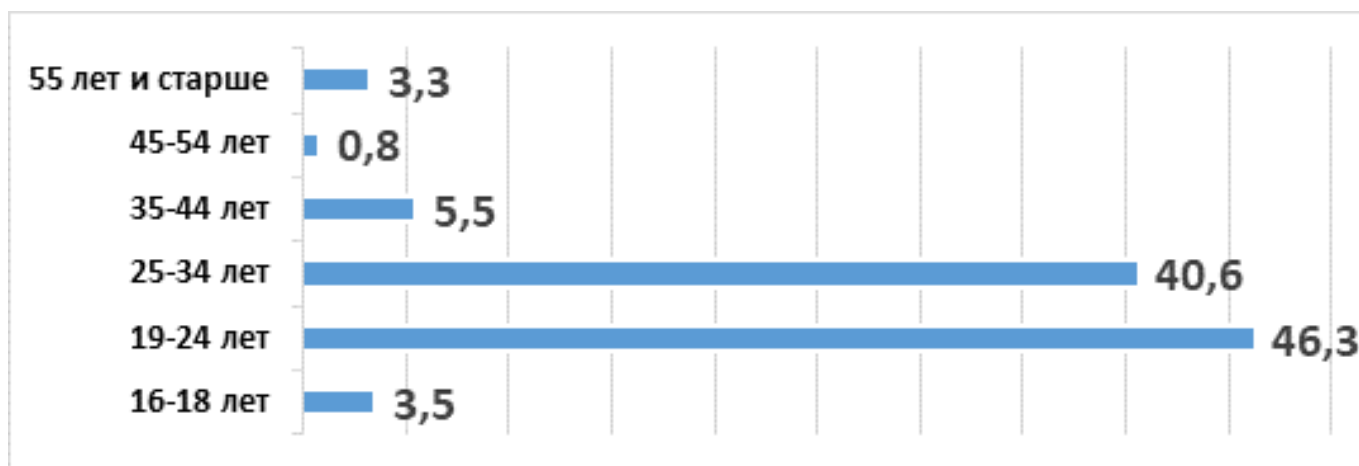


Рисунок 1. Распределение респондентов по возрасту (%)

Большинство респондентов, которые использовали онлайн-продукты проживают в крупном городе – 66,2%, в малом/среднем городе проживают 27,2% опрошенных и в сельской местности 6,5%.

82% опрошенных использовали онлайн-продукты за последний год, 18% не использовали.



Рисунок 2. Ответы респондентов на вопрос «Использовали ли вы онлайн-продукты за последний год?»

Как мы видим, основными формами основными формами онлайн-продуктов видеоуроки/лекции (47,7%), образовательные сайты в интернете (43,9%), электронные библиотеки (35,6%), специальные обучающие программы в образовательном учреждении либо по месту работы (27,5%), открытые образовательные платформы (16,2%) и другие формы обучения.

Цели обучения онлайн могут быть различными и включать в себя приобретение новых знаний и навыков по своей профессии, расширение кругозора, учиться для удовольствия, или же наоборот сменить профессию, переквалификация. Онлайн-обучение также может быть полезным для тех, кто хочет получить навыки деловой коммуникации, выучиться с целью открыть свой собственный бизнес или расширить круг знакомств и связей.

Можно предположить, что людей по целям потребления можно разделить на две группы. Первая группа – это те, кто проходит обучение для приобретения новых навыков, переквалификации, смены профессии или открытия своего бизнеса. Вторая группа – те, кто учатся для себя, для удовольствия, для расширения кругозора и ради новых знакомств.

В проведенном исследовании в топ-5 самых популярных направлений онлайн-обучения входят изучение иностранных языков (24,2%), спорт/здоровье (23,5%), обучение на производстве и повышение квалификации (23,2%), психология и отношения (22,5%), и творчество (22,2%).

В последние годы онлайн обучение стало все более популярным и востребованным. Это связано с тем, что оно предоставляет возможность получить знания и навыки из любой точки мира, не выходя из дома или офиса. Сегодня на рынке онлайн-образования можно выделить несколько трендов.

51,9% опрошенных считают, что происходит индивидуализация процесса обучения. Появляется сопровождение кураторов, индивидуальная поддержка от наставников. 41,1% респондентов выделяют такой тренд, как практико-ориентированного обучения, т.е. появление различных симуляторов, решение кейсов и т.д.

34,8% респондентов считают, что онлайн-продукты становятся все более персонализированными, что позволяет учащимся изучать те темы, которые наиболее соответствуют их интересам и потребностям. Это только некоторые из трендов, которые можно наблюдать в онлайн-обучении в настоящее время. Будущее онлайн-обучения, вероятно, будет определяться еще более инновационными и технологически продвинутыми методами обучения.

Из дополнительного, один респондент выявил такие тренды, как «кратное удорожание обучения, активное внедрение рассрочек, расширение самых дорогих тарифов обучения, т.е. уходим от массовости в эксклюзивность (доступ "к телу" спикера за очень дорого)»

Тренды в онлайн-образовании

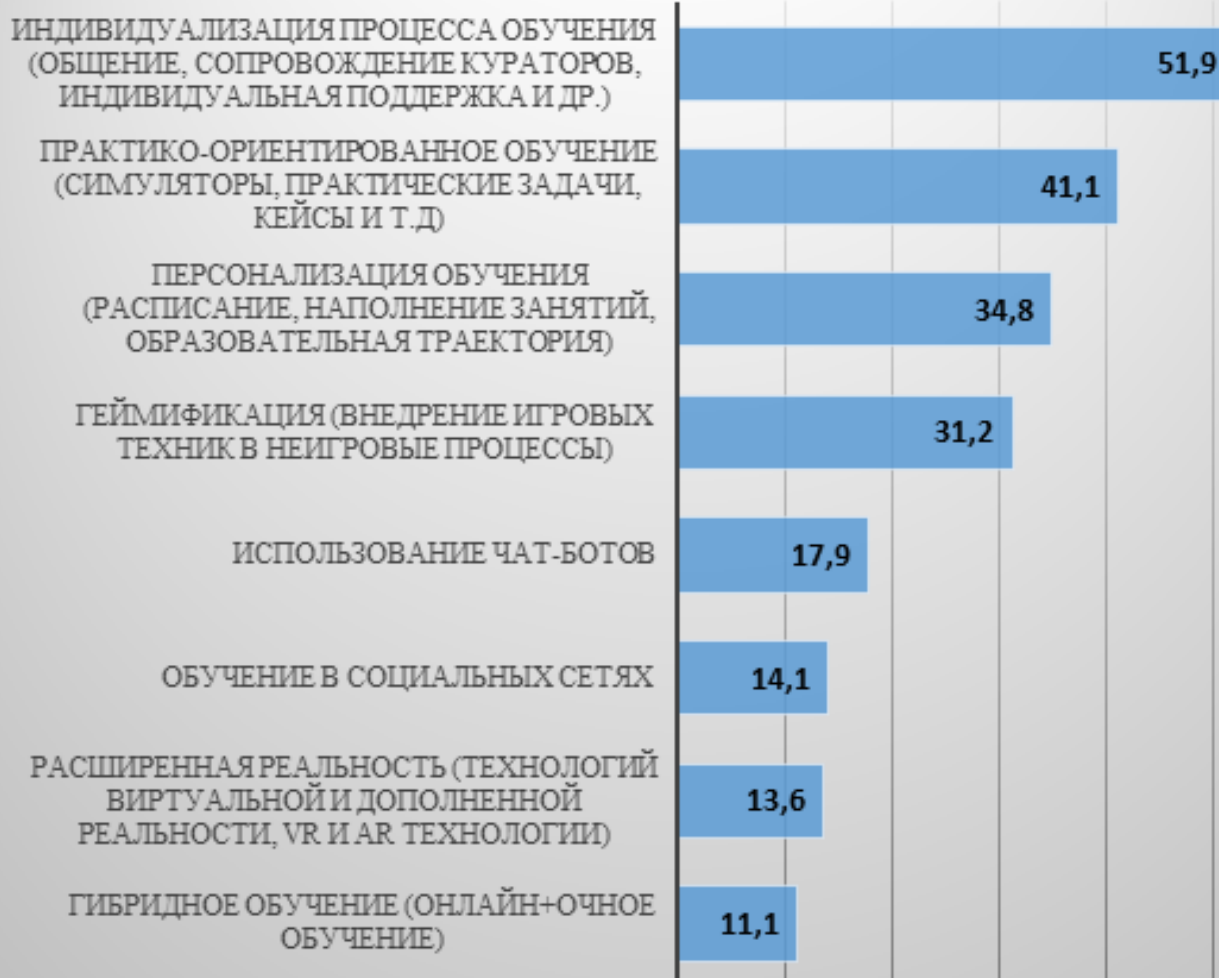


Рисунок 3. На графике приводится кумулятивный процент ответов респондентов на вопрос «Какие тренды в онлайн-образовании вы можете выделить?»

Мы рассмотрели современный российский рынок онлайн-образования, изучили основные направления и мотивы. Выделили тенденции в онлайн обучении, сформировали рекомендации.

Для рынка образования важно прогнозировать характер потребления и современную ситуацию по предоставления онлайн-продуктов. Понимать критерии и факторы, которые оказывают влияние на потребителя. Полученные данные в последствии позволяют оказывать определенное воздействие на выбор потребителя, поэтому изучение потребления онлайн-продуктов является довольно важным.

Список литературы:

1. Исследование российского рынка онлайн-образования» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://netology.ru/edtech_research_2022 (дата обращения: 30.05.23)