

ОЦЕНКА УРОВНЯ ДОМИНИРОВАНИЯ НА РЫНКЕ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ИСАКОВ Ифраим Захарович, ifim112@gmail.com, аспирант, экономический факультет МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия
ORCID: 0000-0003-4762-0189

СУСЛОВА Ирина Павловна, suslovairena@gmail.com, инженер, кафедра экономики инноваций, экономический факультет МГУ имени М. В. Ломоносова, Москва, Россия
ORCID: 0000-0002-7483-1910; ResearcherID: D-5721-2016

Научно-технический прогресс способствовал трансформации огромного числа рынков и областей социальной сферы. Подобные изменения затронули в т. ч. сферу образования. Населению стало доступно огромное число разнообразных решений в области дистанционных образовательных услуг, которые помогают им получить новые знания, навыки и умения. Данная статья посвящена анализу рынка онлайн-образования за период с 2020–2023 гг. путем применения инструментов количественной оценки конкурентной среды (коэффициент рыночной концентрации, индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс Линда). По итогам анализа представлена матрица «Strength/Variety» (матрица SV), благодаря которой можно оценить трансформацию рынка в зависимости от размера доминирующей группы организаций. Также авторами определены факторы, которые способствовали быстрому росту и развитию рынка онлайн-образования за рассматриваемый период.

Ключевые слова: онлайн-образование; EdTech-рынок, теория экономического доминирования, альфа-бизнес, бета-бизнес, гамма-бизнес, матрица SV

DOI: 10.47711/2076-3182-2024-3-72-87

Введение. Неограниченный доступ к сети Интернет и постоянное совершенствование технологий привели к появлению множества инноваций, которые оказали положительное воздействие на социальную сферу и образовательные технологии [1]. Начали появляться стартапы в области предоставления образовательных услуг, а классические образовательные учреждения стали постепенно реализовывать перенос образовательных продуктов на собственные онлайн-площадки.

Развитие рынка дистанционных образовательных услуг (далее – рынок онлайн-образования или EdTech – рынок) на территории Российской Федерации проходит поступательно, в соответствии с трансформациями и изменениями, которые наблюдаются во внешней среде. Изменения наблюдаются как в политико-экономических, так и в социо-технологических аспектах внешней среды, что отражается на жизни домохозяйств.

Государство также заинтересовано в модернизации сферы образования и поощрении инновационных подходов к ее организации. Так, государство активно способствует развитию EdTech-рынка – разрабатываются соответствующие проекты и выделяются финансовые средства на их реализацию¹. EdTech-организации получили широкую возможность распространять знания в области бизнес-менеджмента, аналитики и ИТ, а также развивать другие профессиональные и гибкие навыки учащихся. Предоставленные возможности позволили EdTech-организациям более быстрыми темпами увеличивать число клиентов, создать новые курсы и дисциплины, расширять штат.

В настоящее время EdTech-рынок насыщен школами и платформами, которые предоставляют образовательные услуги разным слоям населения. EdTech-рынок представлен такими крупными организациями, как Skillbox Holding Limited, Группа компаний Skyeng, Яндекс Практикум, Фоксфорд. Наряду с этим, растет число средних и малых организаций, предоставляющих дистанционные образовательные услуги.

Также на услуги EdTech-организаций сохраняется высокий спрос со стороны граждан Российской Федерации. Так, согласно исследованию онлайн-университета Skurgo от 2021 года, 58% россиян интересовались разовыми онлайн-занятиями за период 2019-2021 гг.², а в 2023 году наблюдался рост рынка более, чем на 30%³.

¹ Господдержка EdTech: как государство проникает в онлайн-образование. Режим доступа: <https://edtechs.ru/analitika-i-intervyu/gospodderzhka-edtech-kak-gosudarstvo-pronikaet-v-onlajn-obrazovanie> (дата обращения: 20.07.2024).

² Исследование: за последние три года разовыми онлайн-занятиями интересовались 58% россиян. Режим доступа: <https://tass.ru/ekonomika/12733951> (дата обращения: 20.07.2024).

³ Рынок онлайн-образования вырос в 2023 году более чем на 30%. Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/943982> (дата обращения: 20.07.2024).

Определение ключевых факторов, способствовавших формированию EdTech-рынка и проведению конкурентного анализа рынка на основе инструментов теории экономического доминирования, позволит оценить состояние рынка онлайн-образования с 2020-2023 гг.

Исследование призвано расширить конкурентный анализ EdTech-рынка, приведенный Говоровой А. В., Сусловой И.П., Щелоковой С.В. в статье «Анализ рынка онлайн-образования в России в контексте теории экономического доминирования» [2].

Рынок онлайн-образования РФ 2020-2023 гг. Согласно данным агентства Smart Ranking, выручка 100 крупнейших игроков рынка в 2023 году составила порядка 119 млрд рублей, что на 31% превышает аналогичный показатель 2022 года и на 176,6% больше показателя от 2020 г. Порядка 67 млрд рублей приходится на долю крупнейших 10-и игроков рынка⁴.

В таблице 1 представлена информация о выручке 15-и крупнейших игроков рынка (по состоянию на конец 2023 г.)

Таблица 1

Выручка 15-и крупнейших игроков рынка онлайн-образования (2022-2023 гг.)

№	Компания	Выручка (млрд руб.)		Темп роста
		2022 г.	2023 г.	
1	Skillbox Holding Limited	11,100	12,340	11%
2	Группа компаний Skyeng	9,500	12,000	26%
3	Корпорация «Синергия»	6,819	8,474	24%
4	Яндекс.Практикум	5,570	7,050	27%
5	Like Центр	5,255	5,963	13%
6	Учи.ру	3,298	4,700	43%
7	Компьютерная академия TOP	2,800	4,384	57%
8	Фоксфорд	2,862	4,355	52%
9	Умскул	2,970	3,510	18%
10	Актион Университет	2,586	3,331	29%
11	Нетология	2,813	3,100	10%
12	MAXIMUM education	2,177	2,903	33%
13	Алгоритмика	1,705	1,947	14%
14	Ultimate Education	1,112	1,909	72%
15	МЭО	1,147	1,517	32%
Объем рынка (суммарная выручка топ-100 компаний)		87,000	119,000	37%

Источник: Рейтинг крупнейших компаний на рынке онлайн-образования. Режим доступа: <https://EdTechs.ru> (дата обращения: 20.07.2024).

⁴ Рынок онлайн-образования вырос в 2023 году более чем на 30%. Режим доступа: <https://www.interfax.ru/business/943982> (дата обращения: 20.07.2024).

Большую часть рынка занимает сфера дополнительного профессионального образования (35%), далее – сегмент детского онлайн-образования (30%). Остальные 35% рынка распределяются между остальными сегментами, такими как иностранные языки, бизнес-образование и др. Лидерами в сфере дополнительного профессионального образования (ДПО) являются Skillbox Holding Limited (3,5 млрд руб.) и Группа компаний Skyeng (3,25 млрд руб.)⁵. Высокий спрос на дистанционные образовательные услуги является, в том числе, реакцией на внешние стимулы и вызовы внешней среды. Ниже представлены факторы, которые способствовали формированию EdTech-рынка за период с 2020-2023 гг. Перечень был сформирован на базе исследований агентства Smart Ranking, НИУ ВШЭ⁶ и исследования И.А. Беловой о факторах, влияющих на развитие онлайн-обучения в России [3].

Национальные программы «Цифровая экономика РФ» и «Образование». В рамках реализации Указов Президента Российской Федерации от 7 мая 2018 г № 204 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и от 21.07.2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», сформирована Национальная программа «Цифровая экономика Российской Федерации»⁷. В рамках программы реализовываются федеральные проекты, которые направлены, в том числе, на развитие рынка онлайн-образования (к примеру, проекты «Кадры для цифровой экономики»⁸ и «Цифровые технологии»⁹). Национальная программа способствует развитию ИТ-стартапов, созданию условий для разработки инновационных технологических разработок, развитию цифровых профессий и кадров для них. Все это прямо и косвенно влияет на сферу об-

⁵ Аналитика за 4 квартал 2023 года. Режим доступа: <https://edtechs.ru/indeks/?indeks=20> (дата обращения: 20.07.2024).

⁶ Исследование НИУ ВШЭ: как онлайн-образование помогает достичь карьерных целей. Режим доступа: <https://www.hse.ru/news/edu/747799006.html> (дата обращения: 20.07.2024).

⁷ Цифровая экономика РФ. Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/858/> (дата обращения: 20.07.2024).

⁸ Федеральный проект «Кадры для цифровой экономики». Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/866/> (дата обращения: 20.07.2024).

⁹ Федеральный проект «Цифровые технологии». Режим доступа: <https://digital.gov.ru/ru/activity/directions/878/> (дата обращения: 20.07.2024).

разования. Онлайн-школы и традиционные университеты разрабатывают новые образовательные программы, чтобы восполнить дефицит страны в квалифицированных ИТ-кадрах.

В рамках национальной программы «Образование» реализуется федеральный проект «Цифровая образовательная среда», который направлен на обеспечение цифровой трансформации системы образования¹⁰.

Упрощенное лицензирование деятельности онлайн-школ. С 1 января 2021 года организации, предоставляющие дистанционные образовательные услуги, получили возможность упрощённого лицензирования своей деятельности. Постановлением Правительства Российской Федерации от 18.09.2020 г. № 1490 были внесены ряд существенные изменения, такие как:

- уменьшение числа обязательной документации для организаций;
- исключение обязательного наличия помещения¹¹.

Получение соответствующих документов государственного образца увеличивает ценность дистанционного обучения.

COVID-19. Несмотря на то, что к середине 2010-х годов уже наблюдалась потребность рынка труда в цифровых профессиях, рост потребности в EdTech среди массового интернет-пользователя, по большей части, пришелся на пандемийный и пост-пандемийный период (2020 – н.в.): в 2020 году суммарная выручка топ-60 предприятий, предоставляющих услуги в сфере онлайн-образования, выросла более чем на 113% относительно допандемийного 2019 года¹². Пандемия спровоцировала население на приобретение новых профессиональных навыков для успешной работы в дистанционном формате, появились новые сферы деятельности, в частности профессии, связанные с администрированием магазинов в маркетплейсах, созданием рекламных креативов, увеличением трафика на интернет-ресурсах работодателей

¹⁰ Федеральный проект «Цифровая образовательная среда». Режим доступа: <https://edu.gov.ru/national-project/projects/cos/> (дата обращения: 20.07.2024).

¹¹ Постановление Правительства РФ от 18.09.2020 № 1490 (ред. от 21.02.2024) «О лицензировании образовательной деятельности» (вместе с «Положением о лицензировании образовательной деятельности»). Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/education/6065fe9f9a79470fa8b5701c?from=copy> (дата обращения: 20.07.2024).

¹² Образование новой реальности: итоги 2020 года для российского EdTech. Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/education/6065fe9f9a79470fa8b5701c?from=copy> (дата обращения: 20.07.2024).

и др. Пандемия популяризировала феномен удаленной работы – изменилось отношение работодателей к гибриднему формату работы сотрудников. Появились новые профессии, в частности связанные с маркетплейсами, рекламой и PR. С точки зрения создателя курса, применение инновационных технологий также позволяет разработать уникальный продукт и персонализированные предложения [3].

Сроки приобретения навыков. EdTech-организации дают возможность приобрести необходимый профессиональный навык за короткий срок из любой точки мира. Ряд школ в своих программах обозначают потенциальные результаты учащегося к определенному периоду времени при добросовестном выполнении домашних заданий. Так, в онлайн-школе Skillbox размещено 433 курса с длительностью прохождения от 1 до 6 месяцев. Большая часть этих курсов востребована рынком труда – разработчик Java, Python, разработка на Unity, менеджер маркетплейсов, Power BI и т. д.

Доступность интернета и ИКТ. В 2021 г. доля пользователей сети Интернет в Российской Федерации составляла около 84%, что на 4 п.п. больше значения пандемийного 2020-го года (рисунок 1) [4].

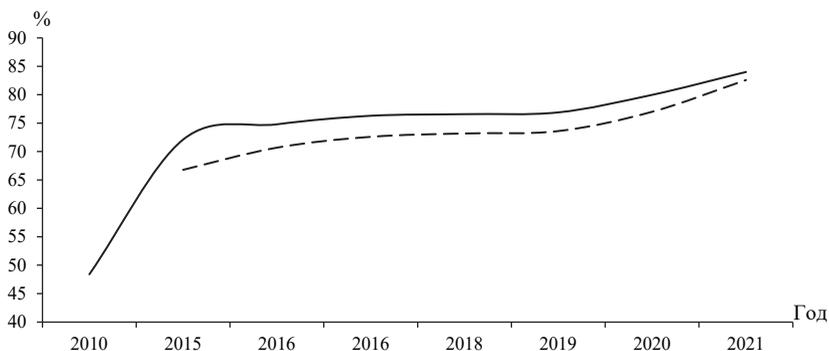


Рис. 1. Доступ к интернету в домашних хозяйствах (в процентах от общего числа домашних хозяйств):

— интернет; - - - широкополосный интернет

Составлено авторами на основе [4].

Интернет стал доступен большей части населения страны ввиду широкого распространения цифровых технологии как:

персональные компьютеры, ноутбуки, планшеты, мобильные телефоны. 81,5% населения Российской Федерации пользуется интернетом каждый день [4].

Разнообразие технологий дистанционного обучения. С целью эффективной реализации учебного процесса в онлайн-школах имеется доступ к ряду программ и приложений для интерактивной работы с учащимися. В первую очередь – это системы аудио- и видеоконференцсвязи (Яндекс Телемост, SberJazz, Zoom и др.), онлайн-доски (Miro, Witeboard и др.) и возможности социальных сетей (чаты и чат-боты, группы и сообщества и др.) для поддержания связи. Дистанционные технологии в обучении необходимы для реализации следующих задач: передача учебных материалов, обеспечение возможности самостоятельного обучения, удаленно контролировать знания и навыки обучающегося, получение обратной связи от преподавателя. Такие технологии позволяют геймифицировать процесс обучения и использовать наиболее увлекательные материалы [5]. Крупные игроки рынка онлайн-образования разрабатывают собственные платформы для организации учебного процесса. К примеру, Skyeng разработала собственную цифровую платформу Vimbox для реализации вышеперечисленных задач. Функция обмена материалами, сеансы видеосвязи с дополнительными надстройками и геймифицированные уроки встроены в платформу онлайн-школы, что позволяет сделать учебный процесс интересным, красочным и разнообразным.

Перечисленные стимулы и вызовы способствовали появлению огромного числа онлайн-школ, увеличилось число онлайн-курсов. Так, имея возможность получить доступ к необходимым методическим материалам и современным технологиям, любое физическое лицо может записать и продвигать на рынке собственные образовательные услуги. Однако, тот факт, что более 50% рынка онлайн-образования приходится на долю 10 крупнейших игроков, может создать препятствия для небольших EdTech-организаций. Через несколько лет новым «игрокам» может стать сложнее конкурировать с крупными. Отсюда возникает потребность в оценке текущего уровня доминирования на рынке и определения возможных сценариев ее развития.

Методология исследования. Анализ доминирования на рынке будет проводиться при помощи инструментов Теории Экономического Доминирования (далее – ТЭД). В ТЭД принято выделять 3 типа бизнеса [6] на рынке.

1. Альфа-бизнес (альфы) – это организации, у которых имеется стабильная выручка и большая доля рынка. Их доминированию на рынке способствуют как экономические инструменты, так и институциональные возможности, образующиеся за счет государственной поддержки их деятельности.

2. Бета-бизнес (беты) – это организации, которые ввиду ограниченности своих возможностей не способны конкурировать с альфами. Зачастую беты – это лидеры своих ниш.

3. Гамма-бизнес (гаммы) – к данной категории относят все компании, по каким-либо причинам не попавшие в категории альфа и бета.

Рыночная доминация на EdTech-рынке будет исследоваться с помощью комплексного инструмента на основе индексов Херфиндаля-Хиршмана [7], Линда [8, 9] и матрицы strength-variety (сила-разнообразие, далее – SV) [10]. Матрица SV строится на основе коэффициента концентрации CR (или CRSV) и модифицированного индекса Холла-Тайдмана HT (или HTSV). Данный подход ранее применялся для анализа автомобильных рынков России [11, 12], Бразилии [13, 14], ЮАР [15], Китая [16], Южной Кореи [17], международного рынка высшего образования [18], рынка онлайн-образования России [2], рынков страхования [19, 20], сельскохозяйственных предприятий [21], минеральных удобрений [22], аудита [23], аутсорсинга учетных функций [24], производителей лекарственных препаратов, дистрибьюторов и аптечных сетей [25], диабетических препаратов [26], серверного оборудования [27], напитков [28] и продуктов для здорового питания [29].

Для анализа рыночной доминации необходимо провести следующие расчеты.

1. Расчет показателя ННІ – для отсеивания рынков с единственным крупным доминирующим игроком (доля рынка более 30%) ввиду того, что матрица SV использует индекс Линда, который не определяет одну доминирующую компанию [10].

2. Для оставшихся посчитаем по матрице SV наличие и степень доминирования на рынке:

а. рынок неконкурентен, если – доминирования на рынке нет и НИИ меньше 1000 [30];

б. если рынок конкурентен, то рассматриваем характер доминирования и ее причины.

Для доминирующей группы рассчитываются показатели CRSV и HTSV. В результате матрица SV делится на 4 квадранта:

1. *G – доминирующая суперальфа, правый верхний квадрант, $CRSV > 65\%$, $HTSV > 0,1$.* Альфа-бизнес консолидировано занимает более 65% рынка, но сильно отличается друг от друга по размерам.

2. *B4 – естественная олигополия, правый нижний квадрант, $CRSV > 65\%$, $HTSV < 0,1$.* Альфа-бизнес консолидировано занимает более 65% рынка, но при этом их размеры примерно равны.

3. *RO – Red Ocean (красный океан), левый нижний квадрант, $CRSV < 65\%$, $HTSV < 0,1$.* Альфа-бизнес на рынке сопоставим по силам, но пока консолидировано занимает 30-65% рынка. Как правило, организации альфа-бизнеса активно конкурируют между собой, а также с бета- и гамма-бизнесом.

4. *I – низкие или естественные барьеры, левый верхний квадрант, $CRSV < 65\%$, $HTSV > 0,1$.* Альфа-бизнес консолидировано занимает от 30 до 65% рынка. Такого рода рынкам характерно отсутствие барьеров входа, поэтому постоянно идет приток новых игроков. Компании альфа-бизнес не могут нарастить консолидированную долю и постоянно конкурируют друг с другом [10].

Расчеты и интерпретация результатов. В соответствии с методологией из предыдущего раздела, на основе данных из таблицы 2¹³, была построена матрица SV по рынку онлайн-образования (рис. 2). Матрица охватывает пандемийный и постпандемийный период (2020-2023 гг.), когда стремительно рос спрос на дистанционные образовательные услуги.

По результатам оценки ключевых показателей доминирования на EdTech-рынке наблюдается следующая ситуация (см. таблицу 3):

1. С 2020 года по настоящее время наблюдается рост доминирующей группы предприятий. Так, если в 2020 году доминирующая группа (см. *индекс Линда*) на рынке состояла из 2-ух предприятий, то к 2023 году их число увеличилось до 12.

¹³ Таблица собрана авторами на основе данных от агентства Smart Ranking. Режим доступа: <https://edtechs.ru> (дата обращения: 20.07.2024).

2. Согласно результатам анализа, доля доминирующей группы (см. показатель *CRSV*) на протяжении последних 4-х лет не превышает 65%. Это означает, что на рынке наблюдается активная конкурентная борьба и позиции лидеров могут в любой момент поменяться.

3. Снижается значение показателя *HTSV*. Подобное явление характеризуется уменьшением дифференциации между игроками.

Таблица 2

Выручка игроков рынка онлайн-образования (2020-2023)

№	Компания	Выручка (млрд руб.), 2023	Доля рынка (%), 2023	Выручка (млрд руб.), 2022	Доля рынка (%), 2022	Выручка (млрд руб.), 2021	Доля рынка (%), 2021	Выручка (млрд руб.), 2020	Доля рынка (%), 2020
1	Skillbox Holding Limited	12,340	10%	11,100	13%	10,800	15%	6,738	16%
2	Группа компаний Skyeng	12,000	10%	9,500	11%	10,164	14%	12,210 ¹⁴	28%
3	Корпорация «Синергия»	8,474	7%	6,819	8%	1,745	2%	0,357	1%
4	Яндекс.Практикум	7,050	6%	5,570	6%	3,040	4%	1,370	3%
5	Like Центр	5,963	5%	5,255	6%	7,561	10%	1,884	4%
6	Учи.ру	4,700	4%	3,298	4%	2,900	4%	2,500	6%
7	Компьютерная академия TOP	4,384	4%	2,800	3%	1,530	2%	1,000	2%
8	Фоксфорд	4,355	4%	2,862	3%	1,765	2%	1,093	3%
9	Умскул	3,510	3%	2,970	3%	2,100	3%	1,500	3%
10	Актюн Университет	3,331	3%	2,586	3%	1,889	3%	1,127	3%
11	Нетология	3,100	3%	2,813	3%	1,800	2%	0,930	2%
12	МАХИМUM education	2,903	2%	2,177	3%	1,605	2%	1,000	2%
13	Алгоритмика	1,947	2%	1,705	2%	1,224	2%	0,764	2%
14	Ultimate Education	1,909	2%	1,112	1%	0,684	1%	0,000	0%
15	МЭО	1,517	1%	1,147	1%	0,290	0%	0,126	0%
	Объем рынка (суммарная выручка топ-100 компаний)	119,000	100%	87,000	100%	73,000	100%	43,000 ¹⁵	100%

Источник: Рейтинг крупнейших компаний на рынке онлайн-образования. Режим доступа: <https://EdTechs.ru> (дата обращения: 20.07.2024).

¹⁴ 30 самых дорогих компаний Рунета. Рейтинг Forbes. Режим доступа: <https://www.forbes.ru/biznes-photogallery/421235-30-samyh-dorogih-kompaniy-runeta-reyting-forbes?image=376755> (дата обращения: 20.07.2024).

¹⁵ Итоги 2021 года и новая реальность 2022. Режим доступа: <https://edtechs.ru/analitika-i-intervyu/itogi-2021-goda-i-novaya-realnost-2022/> (дата обращения: 20.07.2024).

Ключевые показатели доминирования на EdTech-рынке

Компания	2020	2021	2022	2023
Линд=>	2	3	5	12
CRSV	35,09%	39,08%	43,96%	60,60%
HTSV	0,169	0,041	0,049	0,035
Квадрант	I	RO	RO	RO

Источник: составлено авторами на основе данных из таблицы 2.

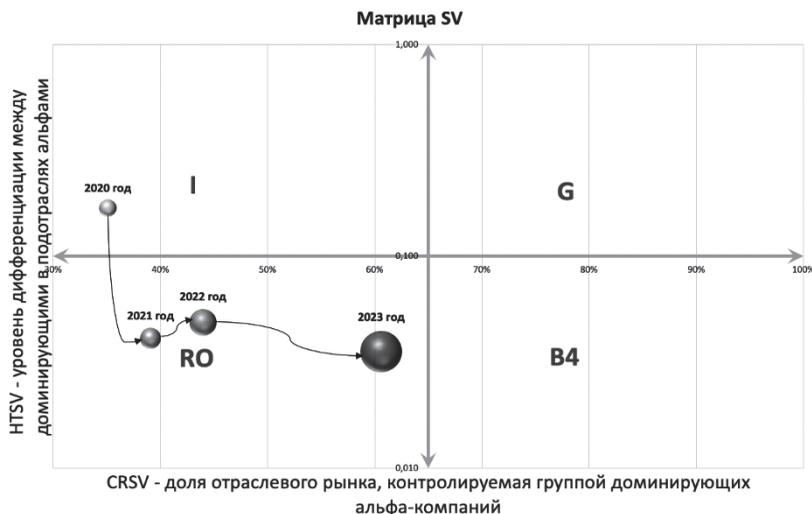


Рис. 2. Матрица SV по рынку онлайн-образования на конец 2023 года

Источник: составлено авторами на основе данных из таблицы 2.

В 2020 году рынок онлайн-образования находился в квадранте I. Данное состояние рынка говорит о наличии альфа-компаний, которые постепенно совершенствуют собственные образовательные продукты и находятся в поиске новых идей, чтобы не потерять конкурентоспособность на фоне старых и новых игроков рынка. В этот период наблюдался рост числа новых онлайн-школ. Такая тенденция легко рассматривается по запросам пользователей сети Интернет в браузерах. Так, больше всего пользователи «Яндекс браузера» интересовались открытием

собственных онлайн-школ в период самоизоляции – март – май 2020 г.¹⁶.

Далее, рынок переходит в квадрант RO (красный океан). Подобное состояние рынка свидетельствует о постепенном росте консолидированной доли рынка альфа-бизнеса. Подобный переход можно объяснить двумя факторами. Первый фактор – рост числа альфа-бизнеса в области детского образования. Так, в период с 2021–2023 гг. в доминирующую группу попадают организации в области дополнительного детского образования. В целом, темп роста сегмента Дополнительного детского образования за период 2022–2023 равен 39%, когда как темп роста ДПО составил 27%. Второй фактор – появление «альфа-империй». «Альфа-империя» – это объединение компаний в интегрированную систему для получения взаимного синергетического эффекта [2]. Подобные объединения позволяют EdTech-организациям обмениваться опытом, улучшать качество сервиса и использовать финансовые и экономические инструменты друг друга (подобно кластерам)¹⁷. Появление альфа-империй является реакцией крупного альфа-бизнеса на рост числа новых игроков.

По состоянию на март 2021 г. Говорова А. В., Сулова И.П., Щелокова С.В. выделяли 3 крупные альфа-империи на рынке онлайн-образования.

– Альфа-империя Mail.ru Group (ныне VK). Включает школы: SkillBox, Geekbrains, Учи.ру, SkillFactory, Тетрика, Алгоритмика.

– Альфа-империя TalentTech. Включает школы: Нетология, Фоксфорд.

– Альфа-империя «Яндекс» – Яндекс.Практикум. (за счет возможностей материнского бренда). В 2021-2023 гг. рынок перешел в квадрант RO. Выросла концентрация сопоставимых альфа-империй [2].

В настоящее время на рынке наблюдается 4 альфа-империи. К вышеуказанному списку присоединилась «Группа компаний Skyeng». В период коронавирусной пандемии COVID-19 онлайн-школа английского языка Skyeng объявила о масштабном

¹⁶ Яндекс Вордстатс. Режим доступа: <https://wordstat.yandex.ru/?region=all&view=graph&words=как%20открыть%20онлайн-школу> (дата обращения: 20.07.2024).

¹⁷ Объединения в EdTech – новый тренд на рынке. Режим доступа: <https://edtechs.ru/analitika-i-intervyu/obedineniya-v-edtech-novyy-trend-na-rynke/> (дата обращения: 20.07.2024).

ребрендинге. До ребрендинга Skyeng запускали разнообразные образовательные продукты – курсы по математике, программированию, шахматам. Дополнительно запускались языковые клубы и другие сервисы, которые могли служить лид-магнитами новой аудитории. Ребрендинг позволил объединить различные продукты организации для разной целевой аудитории под единой корпоративной концепцией. Таким образом, «Группа Компаний Skyeng» организовала собственную альфа-империю в виде единой экосистемы из разных по направлениям, но одинаковых по функционалу продуктов – Skyeng, Skysmart, Skypro.

Заключение. В 2020 году EdTech-рынок находился в квадранте I. Коронавирусная пандемия стала катализатором рыночных изменений, когда резко выросли спрос и предложение на онлайн-образование. Росло число небольших онлайн-школ, т. е. уменьшалась консолидированная доля рынка альфа-бизнеса. У разных слоев населения страны появилась потребность в дистанционной форме получения знаний. Школьники и студенты подключались к урокам и парам при помощи сервисов видеоконференцсвязи, сотрудники бюджетных и коммерческих предприятий проходили курсы повышения квалификации на специализированных образовательных платформах, существовали группы лиц, которые осваивали новые профессии. Также появилась возможность получать знания и навыки из любой точки мира. Феномен «альфа-империй» стал реакцией лидеров рынка на эти изменения. Появление альфа-империй способствовало укреплению позиций альфа-бизнеса – рынок перешел в квадрант RO и находится там по сей день.

Если наблюдаемые тенденции укрепятся, то в ближайшие годы будет наблюдаться рост консолидированной доли рынка альфа-бизнеса. В частности, доли рынка отдельных предприятий будут расти за счет формирования альфа-империй (или включения новых образовательных структур бета и гамма-типа в состав уже сформированных альфа-империй). Рост консолидированной доли рынка доминирующих организаций приведет к смещению рынка в сторону естественной олигополии (квадрант B4). В рамках естественной олигополии альфа-бизнес не будет заинтересован в появлении новых игроков. С учетом текущей экономико-политической конъюнктуры возможно сокращение числа бета-

и гамма-компаний. Подобный сценарий приведет к переходу рынка в квадрант В4, где альфа-бизнес будет занимать более 65% рынка, а оставшиеся бета- и гамма-бизнесы будут служить основными источниками новых идей или элементами для существующих альфа-империй.

Список литературы

1. Смирнова В.А. Развитие системы дистанционного обучения в вузовском образовании в период пандемии // *Современное педагогическое образование*. 2022. № 2. С.41-46.
2. Говорова А.В., Суслова И.П., Щелокова С.В. Анализ рынка онлайн-образования в России в контексте теории экономического доминирования // *Мир новой экономики*. 2021. № 15(3). С. 77-84. DOI: 10.26794/2220-6469-2021-15-3-77-84
3. Белова И.А. Анализ факторов, влияющих на развитие онлайн-обучения в России // *Вестник Челябинского государственного университета*. 2022. № 4 (462). С. 161-172.
4. Абрахманова Г.И., Вишневецкий К.О., Гохберг Л.М. и др. *Цифровая экономика: 2023: краткий статистический сборник* // М.: Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». 2023. 120 с. DOI: 10.17323/978-5-7598-2744-3
5. Abid Haleem, Mohd Javaid, Mohd Asim Qadri, Rajiv Suman. Understanding the role of digital technologies in education: A review. *Sustainable Operations and Computers*. 2022. № 3. PP. 275-285.
6. Блохин А.А. Экономика ненужной продукции: институциональные особенности кругооборота потерь // *Экономическая политика*. 2015. № 1. С. 7-40.
7. Hirschman, A.O. The Paternity of an Index // *The American Economic Review*. № 54 (5). 1964. P.761.
8. Linda R. *Competition policies and measures of dominant power. Mainstreams in industrial organization*. Amsterdam. 1986. PP.289-307.
9. Linda, R. *Methodology of concentration analysis applied to the study of industries and Markets*. Brussels: Commission of the European Communities. 1976.
10. Щелокова С.В., Вертоградов В.А. Матрица SV: инструмент стратегического конкурентного анализа для оценки уровня доминирования // *Вестник Московского Университета*. Серия 6. Экономика. № 6. 2021. С.137-142. DOI: 10.38050/01300105202167
11. Вертоградов В.А., Щелокова С.В. Стратегии премиальных автомобильных брендов и действия регулятора (2009-2021 гг.) // *Мир новой экономики*. № 16 (2). 2022. С. 64-75. DOI: 10.26794/2220-6469-2022-16-2-64-75
12. Вертоградов В.А., Щелокова С.В., Иванчина А.А. Автомобильный рынок РФ: стратегии компаний и действия регуляторов (2009-2021) // *Стратегии бизнеса*. 2022. № 2. С. 33-41.
13. Спектор С.В. (2022). Конкуренция на автомобильном рынке Бразилии в 2011-2021 гг // *Латинская Америка*. 2022. № 7. С. 21-34.
14. Спектор С.В., Вертоградов В.В. Конкуренция на рынке премиальных автомобилей Бразилии в 2007-2021 гг // *Латинская Америка*. 2023. № 4. С. 39-52.
15. Бартош В.А., Лисецкая И.Р. Выявление и анализ доминирующих групп на автомобильном рынке ЮАР (2010-2021) // *Стратегии бизнеса*. 2022. № 10 (5). С.117-123. DOI: 10.17747/2311-7184-2022-5-117-123
16. Говорова А.В. История и парадоксы авторыннка Китая: восточные стратегии и азиатский регулятор // *Проблемы прогнозирования*. 2023. № 1(196). С. 217-229. DOI: 10.47711/0868-6351-196-217-229
17. Кудрявцева О. В., Абрамова П. С., Марков, Н. И. Анализ конкуренции и уровня доминирования на рынке легковых автомобилей в Республике Корея // *Мир новой экономики*. 2023. № 17 (1). С.12-30.
18. Суслова И.П., Коростылева И.И., Спектор С.В. Доминирование национальных систем высшего образования на международном рынке // *Экономические стратегии*. 2022. № 3 (83).
19. Вертоградов В.А., Щелокова С.В., Спектор С.В. Конкуренция и доминирование на страховом рынке России // *Страховое дело*. 2022. № 4. С. 9-21.

20. *Shchelokova S.V., Vertogradov V.A. Individual insurance products: is there a real choice for russians? Population and Economics. 2023. № 7(1). PP. 1-20.*
21. *Вертоградов В.А., Щелокова С.В. Анализ наличия и структуры доминирующих групп на рынке сельскохозяйственных предприятий России по итогам 2020 года // АПК: экономика, управление. 2022. № 1. С. 41-52.*
22. *Вертоградов В.А., Щелокова С.В. Эволюция конкуренции и позиция России на мировых рынках минеральных удобрений // АПК: Экономика, управление. 2022. № 9. С. 91-103.*
23. *Вертоградов В.А., Щелокова С.В. Можно ли доказать цифрами существование «большой четверки» на российском рынке аудита // Аудит. 2022. № 1. С. 15-21.*
24. *Вертоградов В.А., Щелокова С.В. Доминирование в аутсорсинге учетных функций в России: анализ наличия и структуры доминирующих групп на основном и нишевых рынках // Проблемы рыночной экономики. 2022. № 1. С. 127-143.*
25. *Марков Н.И., Якимова Е.А. Анализ конкуренции и уровня доминирования на фармацевтическом рынке России // Фармакоэкономика: теория и практика. 2022. № 10 (4). С. 22-33.*
26. *Марков Н.И. Анализ конкуренции и уровня доминирования на рынке продуктов для лечения сахарного диабета в России // Медицинский совет. 2023. № 17(6). С. 242-264.*
27. *Забегаяева В.Е., Володин С.Д. Рынок серверного оборудования в России: анализ конкуренции до событий 2022 года // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2023. № 15(1). С.109-125.*
28. *Якимова Е.А., Забегаяева В.Е. Конкуренция производителей на российском рынке здоровых напитков в 2012–2021 гг. // Современная конкуренция. 2023. № 17(1). С. 5-31.*
29. *Якимова Е.А. Продукты здорового питания: конкуренция производителей на российском рынке // Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2023. № 15 (1). С. 71-108.*
30. *Bukvić R., Pavlović R., & Gajić I. Possibilities of Application of the Index Concentration of Linda in Small Economy: Example of Serbian Food Industries. Annals of the Oradea University. Fascicle of Management and Technological Engineering. 2014. № 23 (13). pp.159-164.*

Для цитирования: *Исаков И.З., Сулова И.П. Оценка уровня доминирования на рынке онлайн-образования Российской Федерации // Научные труды. Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. 2024. № 3. С. 72-87.*

DOI: 10.47711/2076-3182-2024-3-72-87.

Summary

ESTIMATION OF THE DOMINANCE LEVEL OF RUSSIAN EDTECH-MARKET

ISAKOV Ifraim Z., ifim112@gmail.com, Postgraduate student, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia. ORCID: 0000-0003-4762-0189

SUSLOVA Irina P., suslovairena@gmail.com, Engineer, Department of Innovation Economics, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia. ORCID: 0000-0002-7483-1910; ResearcherID: D-5721-2016

Abstract. Scientific and technological progress has contributed to the transformation of a huge number of markets and areas of the social sphere. Those changes have also affected the education market. A huge number of diverse solutions in the field of distance education services have become available to the population, which will help them gain new knowledge, skills and abilities. This article is devoted to the analysis of the online education market for the period from 2020-2023 by using tools for quantifying the competitive environment (market concentration coefficient, Herfindahl-Hirschman index, Lind index). Based on the results of the analysis, the "Strength/Variety" matrix (SV matrix) is presented, thanks to which it is possible to assess the transformation of the market depending on the size of the dominant group of organizations. The authors also identified the factors that contributed to the rapid growth of the EdTech-market during the period under review.

Keywords: online education; EdTech market, theory of economic dominance, alpha business, beta business, gamma business, SV matrix

For citation: *Isakov I.Z., Suslova I.P.* Estimation of the Dominance Level of Russian EdTech-Market // Scientific works: Institute of Economic Forecasting of the Russian Academy of Sciences. 2024. No. 3. Pp. 72-87.

DOI: 10.47711/2076-3182-2024-3-72-87