



ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЕ Россия 500К+

Содержание

Методология проекта

- Характеристики выборки
- Погруженность в тему

Раздел 1. «Последний» опыт онлайн-обучения

- Опыт обучения
- Продолжительность обучения
- Стоимость обучения
- Итог обучения
- Формат обучения
- Потребности и мотивация
- Темы обучения
- Эффект обучения


Раздел 2. Онлайн-обучение vs традиционное

Раздел 3. Онлайн-платформы

- Известность
- Обучение на онлайн-платформах
- GetCourse

Раздел 4. Резюме

Цели и задачи




Исследование представлений россиян об онлайн-образовании и основных операторах российского рынка.

В исследовании целенаправленно было введено широкое понятие онлайн-обучения, чтобы охватить все возможные варианты по целям, форматам, уровням.

Задачи:

- Выявить уровень осведомленности о возможностях онлайн-образования.
- Определить распространенность онлайн-образования среди жителей городов РФ 500к, долю респондентов, имеющих опыт онлайн-образования (вне зависимости от типа и темы, формата) за последние 12 месяцев.
- Проанализировать особенности «последнего» опыта онлайн-образования: платное/бесплатное, завершили ли обучение, тематика, формат, авторы, удовлетворенность результатом.
- Выявить базовые установки в отношении онлайн-образования: оценка качества, ключевые характеристики (стереотипы восприятия), полезность/ценность в сравнении с традиционным офлайн-образованием.
- Выявить уровень известности российских обучающих платформ на основе визуальной «стимуляции».

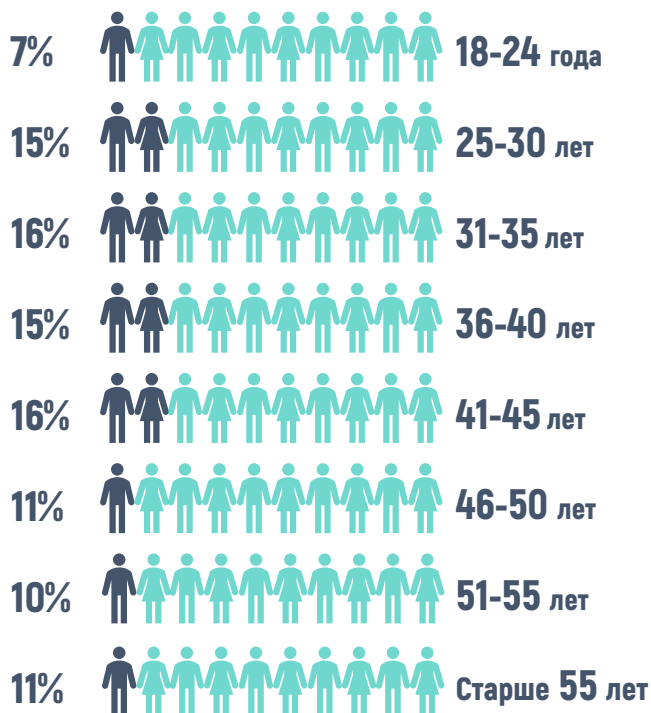
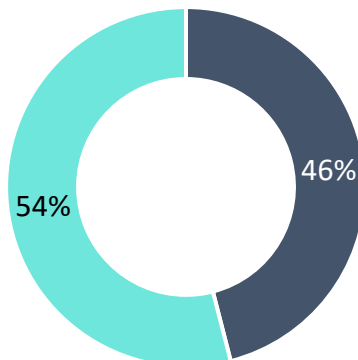
Метод сбора данных: формализованный онлайн-опрос, включающий закрытые, полужакрытые вопросы.

Проект подготовлен исследовательской компанией  по заказу GetCourse.

Характеристики выборки

5000

участников исследования

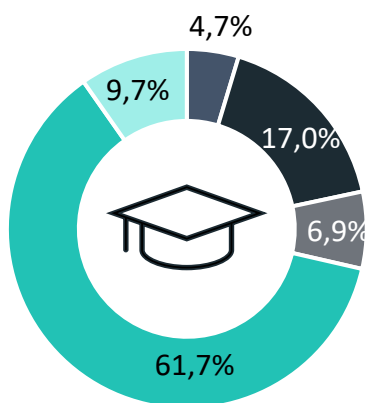


77% работающее население

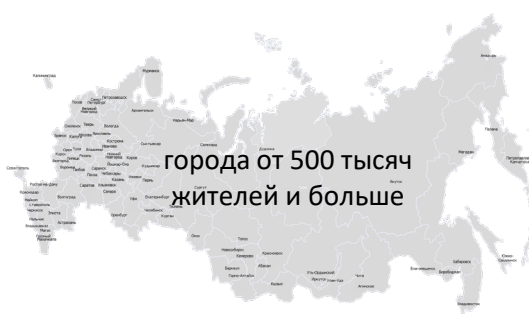
В том числе: работаю по найму, есть собственный бизнес, фриланс

23% неработающее население

Респонденты, выбирающие ответы: учеба, отпуск по беременности/уходу за ребенком, ведение домашнего хозяйства, пенсионер, безработный, инвалидность



- Среднее
- Среднее специальное
- Неполное высшее
- Высшее
- Несколько высших/ученая степень



Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород, Казань, Челябинск, Омск, Самара, Ростов-на-Дону, Уфа, Красноярск, Пермь, Воронеж, Волгоград, Краснодар, Саратов, Тюмень, Тольятти, Ижевск, Барнаул, Ульяновск, Иркутск, Хабаровск, Ярославль, Владивосток, Махачкала, Томск, Оренбург, Кемерово, Новокузнецк, Рязань, Астрахань, Набережные Челны, Пенза, Липецк, Киров

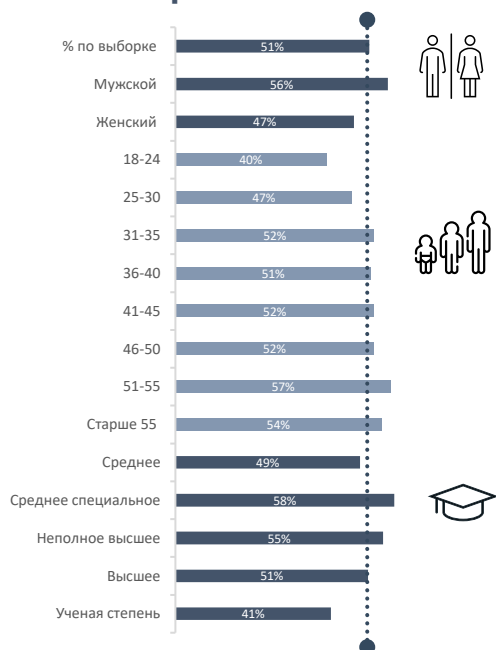
Насколько Вы осведомлены об онлайн-образовании (онлайн-школы, курсы, занятия, марафоны, консультации и т. п.)?

- Хорошо разбираюсь в этой теме
- Что-то слышал(-а), в общих чертах
- Слышал(-а) только термин
- Ничего не знаю по этой теме, не слышал(-а)



51%

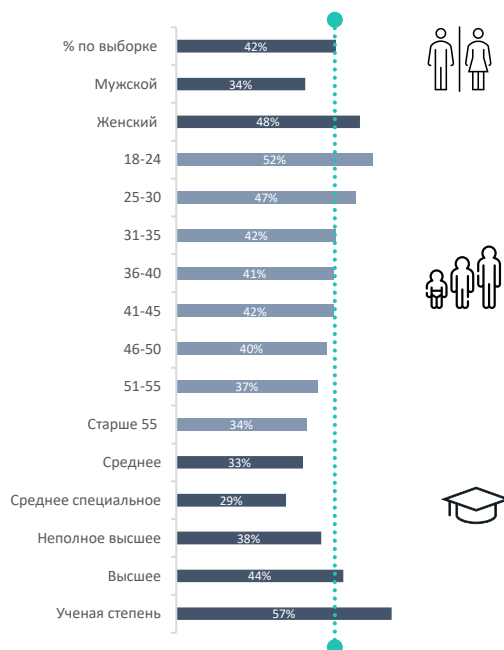
имеют достаточно размытые, поверхностные представления об онлайн-образовании



Преобладает мужская аудитория, респонденты старших возрастных групп (от 50 лет и старше), а также опрошенные со средним специальным образованием.

42%

погружены в тему, хорошо разбираются



Ядро аудитории формируют женщины, респонденты в возрасте 18-30 лет, а также опрошенные с высшим образованием. По роду занятости преобладают студенты и фрилансеры.

ПОНЯТИЕ «ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЕ» ПРОЧНО ВОШЛО В ОБОИД, НО ПРЕДСТАВЛЕНИЯ О САМОМ ПРОЦЕССЕ РАЗМЫТЫ: ПОЧТИ ДВЕ ТРЕТИ РОССИЯН, ПРОЖИВАЮЩИХ В КРУПНЫХ ГОРОДАХ, ДО КОНЦА НЕ ПОНИМАЮТ ЕГО СУТЬ.

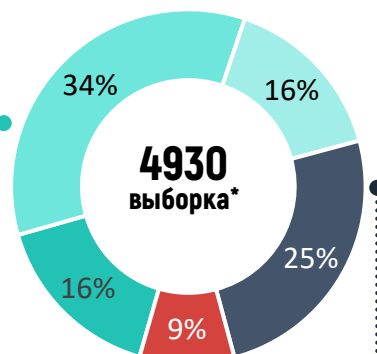
РАЗДЕЛ 1

«ПОСЛЕДНИЙ» ОПЫТ ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЯ

Есть ли у Вас опыт обучения онлайн?

- Обучаюсь сейчас
- Обучался(-ась) в последние полгода-год
- Обучался(-лась) больше года назад
- Не учился(-ась), но планирую попробовать
- Не пробовал(-а) и не планирую

** Из числа тех, кто знает об онлайн-образовании, исключены респонденты, которые выбрали ответ «ничего не знаю по этой теме»*



66%

имеют опыт обучения онлайн

25%

потенциальные ученики

50%

обучаются сейчас или в последние полгода

16%

обучались больше года назад

- Как показало исследование, две трети опрошенных имеют опыт обучения онлайн.
- Только за последний год каждый второй респондент учился онлайн.
- Несмотря на уже достаточно большой охват, у онлайн-обучения есть зоны для расширения – четвертая часть респондентов декларировала намерение попробовать онлайн-формат учебы.
- Число условных противников небольшое – 9% не пробовали и не планируют приобретать подобный опыт. Эта аудитория преимущественно состоит из мужчин, респондентов старше 51 года, пенсионеров и безработных.

ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЕ — ШИРОКО РАСПРОСТРАНЕННАЯ ПРАКТИКА, И У ЭТОГО НАПРАВЛЕНИЯ ЕСТЬ ПОТЕНЦИАЛ ДЛЯ РОСТА.

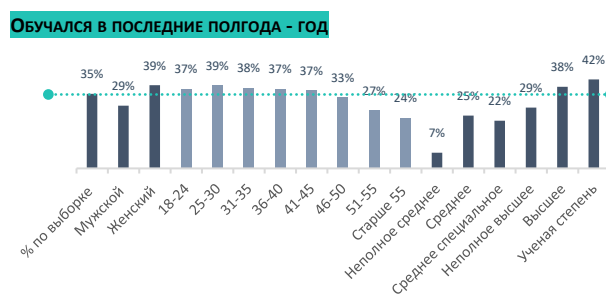
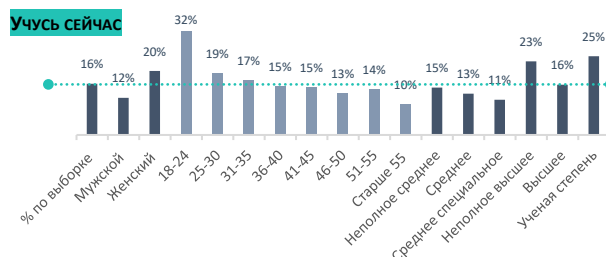
Активные пользователи услуг в сфере онлайн-образования

ПОРТРЕТ УЧЕНИКА

Ядро аудитории составляют женщины, респонденты в возрасте 18-30 лет, с образованием не ниже неполного высшего, а также студенты и фрилансеры.

Интерес проявляет также население в возрасте 31-35 лет, работники по найму. Эта группа в скором времени может дополнить число активных учеников.

Носители высшего образования и ученых степеней также заинтересованы в продолжении обучения.



Портрет активных пользователей услуг в сфере онлайн-образования



- Женщина
- 18-24 лет
- Студент
- Хочет получить практические профессиональные навыки и расширить кругозор

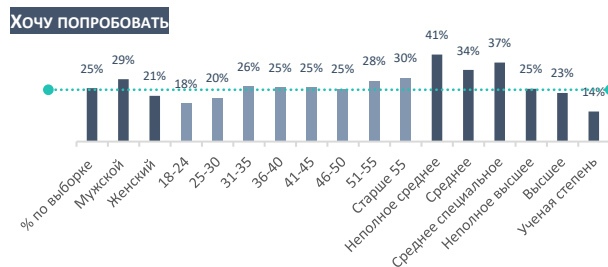


- Женщина
- 25-30 лет
- Работает по найму
- Имеет как минимум одно высшее образование
- Выбирает курсы для профессионального развития

Потенциальные ученики

ДЕКЛАРИРУЮТ НАМЕРЕНИЕ
ПОПРОБОВАТЬ ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЕ

Профиль размыт, но на уровне тенденции в этой аудитории выделяются мужчины, респонденты старше 55 лет, с уровнем образования не выше среднего специального.



«Опыт не приходит с возрастом»

Примечательно, что почти треть респондентов возрастных групп старше 51 года планируют начать учиться онлайн. Сегодня период профессиональной и творческой активности становится все продолжительнее, а технологии стали ее неотъемлемой частью для представителей любого возраста. Как показывает исследование, люди предпенсионного возраста все чаще задумываются о дополнительном образовании, в том числе онлайн. Чтобы продлить свою трудоспособность и конкурировать с молодежью на рынке труда, они готовы к таким экспериментам и дополняют группу потенциальных учеников.



ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЕ — ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ ДЛЯ ВСЕХ ВОЗРАСТНЫХ ГРУПП.

Сколько длилось Ваше обучение?

2501 выборка*

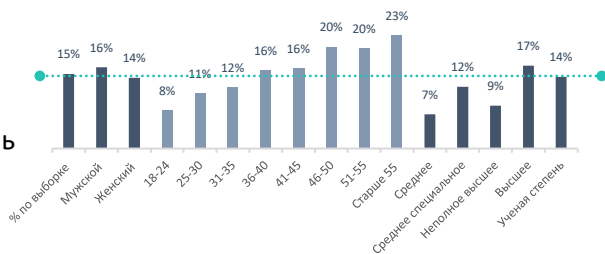
* Вопрос задавался только тем, кто учится сейчас или проходил обучение в последние полгода-год

39%

от недели до месяца – самый распространенный по длительности формат обучения

15%

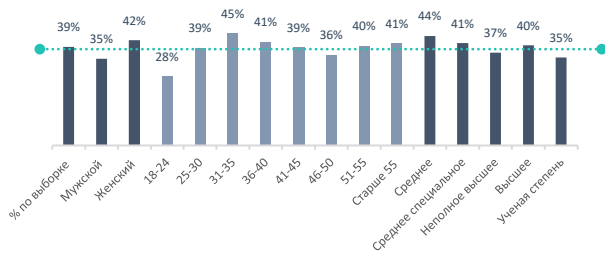
Один день



Основная аудитория однодневных семинаров – респонденты 46+ лет

39%

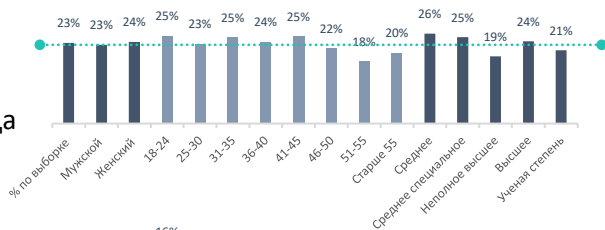
Неделя – месяц



Основные потребители продукта: женщины, респонденты 31-35 лет, в декрете

23%

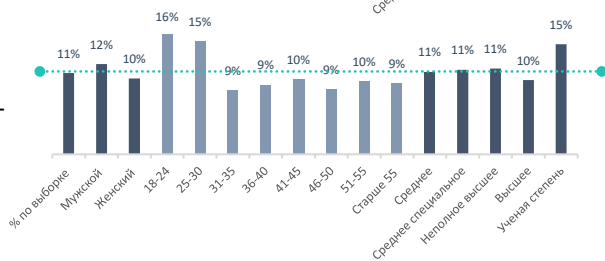
1-3 месяца



Студенты, респонденты в возрасте 18-24 лет, а также домохозяйки

11%

3 месяца – полгода



Готовы обучаться более длительное время, как правило, респонденты в возрасте 18-30 лет, а также те, у кого неполное высшее образование, либо, наоборот, более двух высших или ученая степень.

10%

Полгода – год



2% респондентов выбрали вариант «Другое»: больше года, постоянно, до сих пор продолжаю обучение.

Чем ниже уровень образования, тем дольше потенциальный ученик готов обучаться. Но здесь исключение составляют люди с несколькими дипломами или степенью – они тоже выбирают более продолжительные, основательные курсы. Чем старше обучающийся, тем больше он склоняется к коротким по продолжительности форматам обучения.

БЫСТРО И ПО ДЕЛУ



Самыми востребованными на рынке являются короткие курсы длительностью от одной недели до месяца, на которых можно быстро обучиться конкретным навыкам, необходимым для **новых условий работы**.

ЧЕМ ДОЛЬШЕ КУРСЫ, ТЕМ НАДЕЖНЕЕ



Желание получить новую профессию, которая позволила бы чувствовать себя **менее уязвимым** в кризис, порождает спрос на более продолжительные курсы длительностью до года. В особенности это касается образовательных программ, спроектированных целенаправленно для дальнейшего трудоустройства по новой профессии.

“

- Во время пандемии интернет-аудиторию больше интересуют **практические знания и навыки**, нежели теория, говорит Денис Конанчук, директор по корпоративному обучению Московской школы управления «Сколково».
- Многие не рассчитывают после карантина вернуться на прежнюю работу и хотят **быстро получить новую специальность**, так что в ближайшем будущем вырастет спрос на короткие курсы с невысокой ценой, от 15 000 до 35 000 руб., полагает Анна Чащина, директор по маркетингу компании EdMarket.
[Ведомости](#) 9.04.2020

“

- По словам Павла Астафурова, директора по маркетингу SkillFactory, таких запросов все больше, причем часто это не просто поиск новой работы, а «выстраивание карьерного трека и планирование профессионального роста с учетом полученных знаний». Также сильно **вырос спрос на длительные программы обучения, на которых клиент может освоить полноценную профессию, а не только получить конкретный навык**.
[РБК](#)

Типы учеников

- **опыт**
- **степень вовлеченности**
- **лояльность**
- **продолжительность курсов**

«Вечный двигатель» онлайн-образования



Студенты всегда были и будут главным потребителем знаний. Дополнительное образование дает им то, чего они недополучают в традиционном, а пережив обязательную «дистанционку», они избавились от стереотипов об учебе онлайн и первыми осознали его преимущества. Студенты более открыты для освоения онлайн-технологий в силу обладания необходимыми цифровыми навыками.

«На игле» новых знаний



Обладатели нескольких высших образований или ученых степеней продолжают потреблять новые знания, упакованные в привычном формате курсов, лекций, семинаров, достаточно долгое время после окончания традиционного образования. Они умеют учиться и четко понимают свои цели и возможности онлайн-образования, благодаря чему редко в нем разочаровываются.

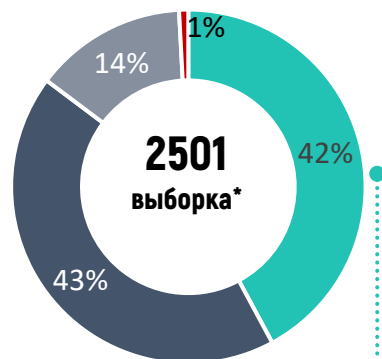
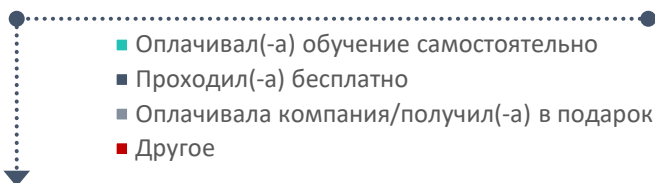
«Случайные гости»



Основная аудитория однодневных курсов. Это слушатели, которые случайно, без конкретной цели, а скорее из любопытства, попали на онлайн-занятия, чаще всего бесплатные. Курсы профессиональной направленности им мало интересны, однако занятия для творческого, духовного или физического развития могут стать для них вовлекающим фактором.

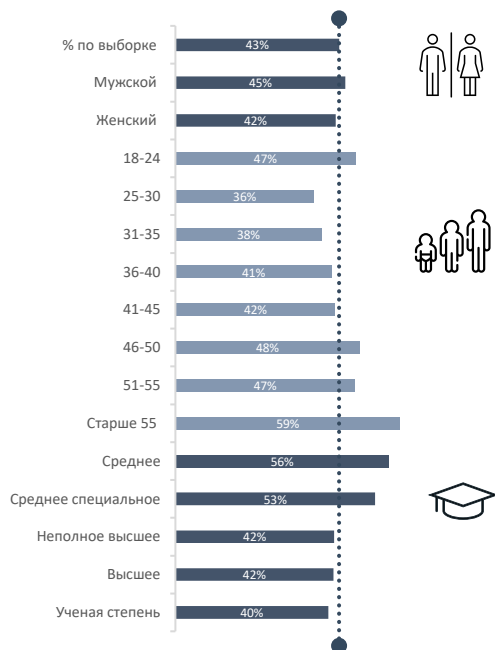
Обучение было платным или бесплатным?

* Вопрос задавался только тем, кто учится сейчас или проходил обучение в последние полгода-год



43%

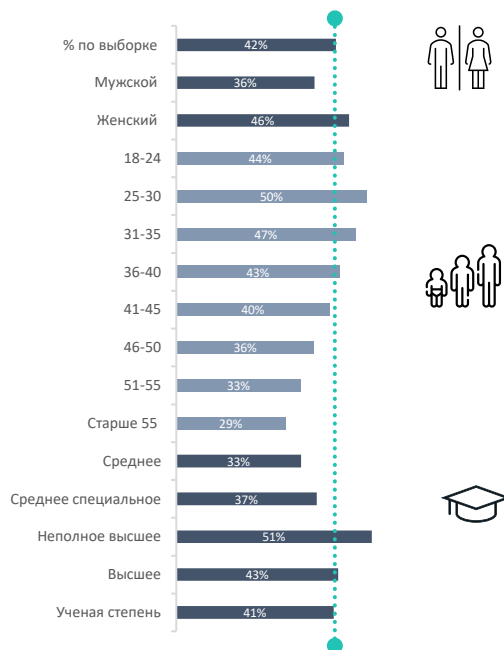
доля бесплатных курсов в структуре обучения



В числе слушателей бесплатных курсов выделяются две возрастные группы: 18-24 лет и старше 55.

42%

доля курсов, которые оплачивают самостоятельно



Аудитория, которая предпочитает платить за свое обучение самостоятельно, женщины, респонденты в возрасте 25-35 лет, а также опрошенные с неполным высшим образованием.

НЕСМОТЯ НА ТО, ЧТО СТУДЕНТЫ И ПЕНСИОНЕРЫ ЯВЛЯЮТСЯ ДОСТАТОЧНО АКТИВНЫМИ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯМИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПЛАТФОРМ, ОНИ ПРЕДПОЧИТАЮТ БЕСПЛАТНЫЕ ПРОДУКТЫ. ПЛАТНЫЕ ПРОДУКТЫ ИНТЕРЕСНЫ АУДИТОРИИ 25-35 ЛЕТ.

Дошли ли Вы до конца обучения?

* Вопрос задавался только тем, кто учится сейчас или проходил обучение в последние полгода-год

- Ещё в процессе
- Да, полностью закончил(-а) обучение
- Не удалось закончить обучение по объективным причинам
- Нет, потому что это мне не подошло
- Другое

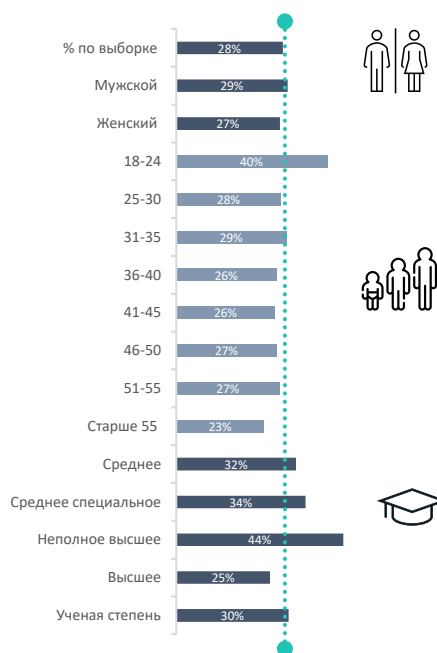
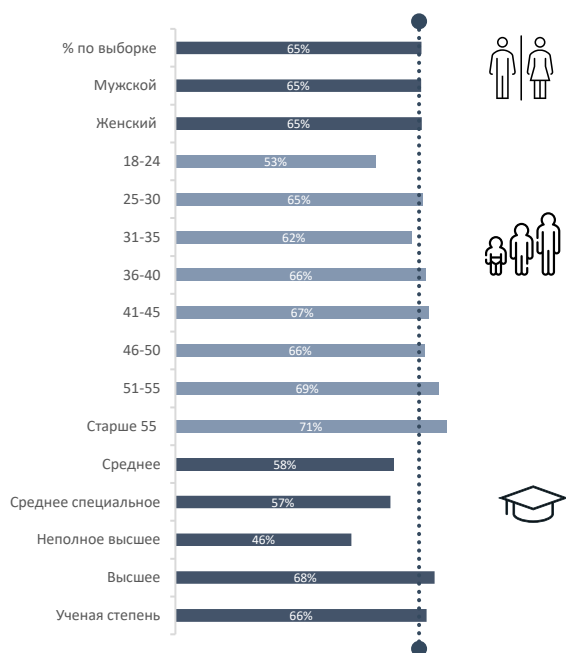


65%

декларируют, что закончили обучение

28%

еще в процессе обучения



Профиль аудитории размыт, ни одна из групп достоверно не выделяется.

Ядро аудитории: респонденты в возрасте 18-24 лет, с неполным высшим образованием.

Среди тех, кто по тем или иным причинам не дошел до конца обучения, преобладают слушатели однодневных, бесплатных семинаров, а также программ, темой которых является творческая самореализация, расширение кругозора и т. д.

В какой форме Вы обучались онлайн?

2501 выборка*

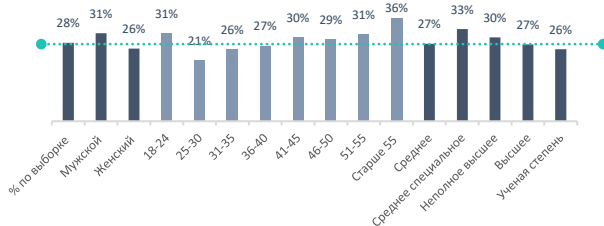
* Вопрос задавался только тем, кто учится сейчас или проходил обучение в последние полгода-год

~30%

форматы очного, самостоятельного и смешанного типа обучения распространены в одинаковой мере

28%

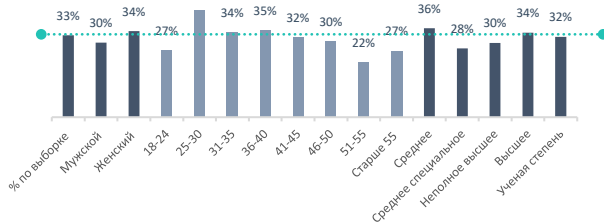
Очные онлайн-занятия в группе с сопровождением преподавателя



Этот формат, как правило, выбирают респонденты 18-24 лет, а также аудитория старше 55 лет.

33%

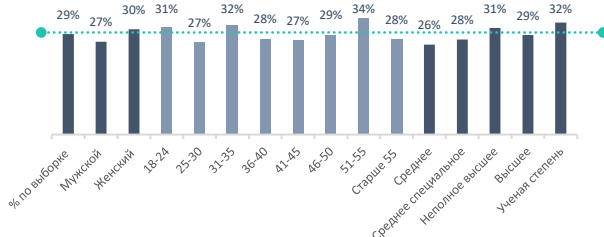
Самостоятельное обучение по заранее записанным видеолекциям и практическим занятиям



Самостоятельное обучение предпочитают респонденты 25-30 лет, которые уже имеют опыт учебы онлайн и хорошо разбираются в этом.

29%

Смешанный вариант: и лекции с преподавателем, и записанные видео



Аудитория 31-35 лет, на уровне тенденции – респонденты 51-55 лет

ДРУГИЕ ФОРМАТЫ

6% респондентов выбрали ответ «образовательные статьи, лекции на странице онлайн-школы», 3% – «индивидуальные занятия с преподавателем онлайн», 1% – «обучающие игры», 1% – другое.

ВОЗРАСТ УЧЕНИКОВ ОПРЕДЕЛЯЕТ ВЫБОР ФОРМАТА: ПОД ПРИСМОТРОМ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ ПРЕДПОЧИТАЮТ ЗАНИМАТЬСЯ ЛЮДИ 18-24 ЛЕТ И СТАРШЕ 55 ЛЕТ. «СДЕЛАЮ ВСЕ САМ» – ДЕВИЗ ГРУППЫ 25-30 ЛЕТ. ЛЮДИ 30+ НАЧИНАЮТ СНОВА ВОЗВРАЩАТЬСЯ К ИДЕЕ: НУЖЕН ПРЕПОДАВАТЕЛЬ, НО ЧТО-ТО Я МОГУ СДЕЛАТЬ И САМ.



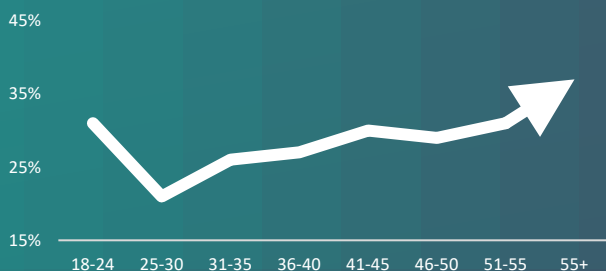
ПОТРЕБНОСТЬ В ТЬЮТОРЕ

С возрастом у пользователей образовательных площадок возрастает необходимость в тьюторе. Старшая аудитория больше сомневается в своих силах: хочет иметь надежную опору в виде преподавателя, который будет сопровождать на протяжении всего курса, следить за прогрессом. Обучение с преподавателем выбирают слушатели, которые не хотят тратить время на самостоятельные поиски ответов на возникающие вопросы, готовы переплатить за преподавателя. Нельзя недооценивать важность обратной связи между учителем и учеником.

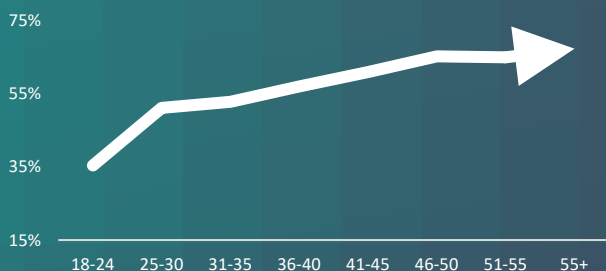
Чем старше ученик, тем менее актуальной становится возможность подстроить обучение под свое расписание. Это объясняется тем, что свободного времени, как правило, больше и подстроиться под расписание группы проще. Молодые люди реже имеют такую возможность и поэтому выбирают решения для самостоятельного обучения в своем ритме/расписании.

Тьютор может выступать мотиватором, поддерживать заинтересованность слушателей и доводить их до конца обучения. Не случайно среди тех, кто предпочел такой формат, значительно меньше бросивших учебу.

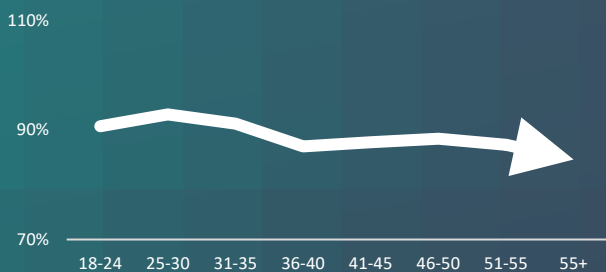
Очные онлайн-занятия в группе с сопровождением преподавателя



Согласны с утверждением: При обучении онлайн нет качественной обратной связи между учителем и учеником



Согласны с утверждением: Учиться онлайн – это удобно и комфортно



Для чего Вы проходили онлайн-обучение?

2501 выборка*

* Вопрос задавался только тем, кто учится сейчас или проходил обучение в последние полгода-год



58%

проходят обучение для профессионального развития



ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ЦЕЛИ

Основная мотивация учеников онлайн-курсов – **повысить свой профессиональный уровень**. Такие цели ставят перед собой 58% от числа обучавшихся. Ядро этой аудитории – женщины, респонденты в возрасте 18-24 лет, а также с высшим+ образованием, работают по найму.

Переквалификация актуальна для каждого четвертого, в этой аудитории преобладают респонденты 25-30 лет.

Планы на создание **собственного бизнеса** преследуют, как правило, фрилансеры, молодежь 18-24 лет, а также женщины в отпуске по уходу за ребенком, владельцы бизнеса.

ЛИЧНОЕ РАЗВИТИЕ /ХОББИ, ОБУЧЕНИЕ

Из личных целей самая популярная – **расширить кругозор**, повысить эрудированность. На втором месте **творческая самореализация**. У этих курсов общее ядро аудитории: жители 18-24 и 25-30 лет, студенты, респонденты с образованием высшее+. Творчество – также актуальная тема для женщин в отпуске по уходу за ребенком.

Цели **разбираться в людях, прийти в хорошую форму** ставит перед собой каждый десятый. Если в первой аудитории преобладают респонденты 18-24 лет, то потребители ЗОЖ-семинаров – аудитория 25-35 лет.

ОСНОВНЫЕ ЦЕЛИ СЛУШАТЕЛЕЙ – ПОВЫШЕНИЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО УРОВНЯ. ЗАНЯТИЯ ДЛЯ ЛИЧНОГО РАЗВИТИЯ МЕНЕЕ ВОСТРЕБОВАНЫ, ХОТЯ ИМЕЮТ СВОЮ ЦЕЛЕВУЮ АУДИТОРИЮ.

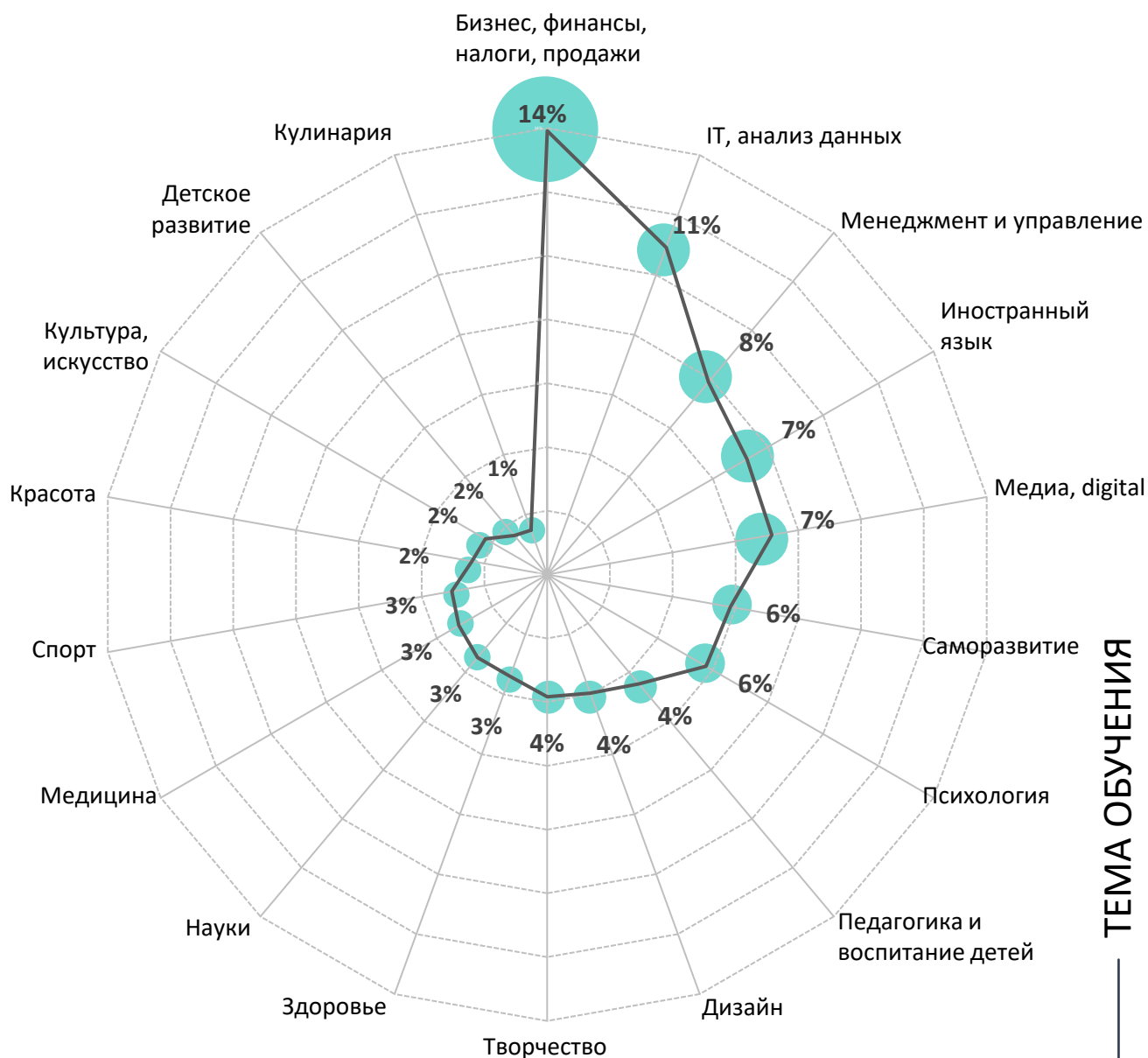
Укажите тему Вашего последнего онлайн-курса, вебинара.

2501 выборка*

* Вопрос задавался только тем, кто учится сейчас или проходил обучение в последние полгода-год



Самые востребованные направления: бизнес, финансы и IT



ТЕМА ОБУЧЕНИЯ

РЕЙТИНГ ТЕМ ЯВЛЯЕТСЯ ОТРАЖЕНИЕМ СПЕЦИФИКИ РЫНКА ТРУДА. БИЗНЕС И ИТ ПРЕДОСТАВЛЯЮТ БОЛЬШЕ НЕЗАВИСИМОСТИ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА И НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ, И ПОТОМУ СТАНОВЯТСЯ САМЫМИ ВОСТРЕБОВАННЫМИ.



36-45

средний возраст
слушателей бизнес-
курсов

64%

хотят повысить
профессиональный
уровень

21%

хотят начать свой
бизнес

66%

работают по найму

БИЗНЕС, ФИНАНСЫ, НАЛОГИ, ПРОДАЖИ



Центр «Профессионал» при Департаменте труда и социальной защиты населения Москвы отмечает особый интерес интернет-аудитории к программам по экономике и финансам: по закупкам, бухгалтерскому учету, предпринимательству и работе самозанятого.

[Ведомости](#) 9.04.2020

ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ

Подавляющее большинство аудитории – это люди среднего возраста, работающие по найму или уже владеющие бизнесом.

64% этой аудитории пришли на курс, чтобы улучшить навыки и повысить свой профессиональный уровень.

В этом сегменте долгосрочные курсы не пользуются популярностью. Каждый четвертый выбирал краткосрочное обучение длительностью от одной недели до месяца.



31-35

возраст потребителей
IT-курсов

37%

хотят
переквалифициро
ваться

72%

имеют высшее
образование

74%

работают по найму

IT-СПЕЦИАЛЬНОСТИ

ПОРТРЕТ АУДИТОРИИ

Возрастная палитра потребителей IT-курсов более чем разнообразна. Ядро аудитории составляют слушатели возрастом 31-35 лет (24%). Кроме того, эта тема интересна представителям старшей возрастной группы (55+) и молодежи (18-24).

Мотивационный профиль также довольно широк. Эти специальности изучают не только в профессиональных целях, но и в личных. Однако в пользователях лидирует желание улучшить свои профессиональные компетенции (71%). Осваивать IT как новую профессию решилось довольно большое количество слушателей – более трети.

Продолжительность обучения напрямую сказывается на популярности курсов. В 33% случаев респонденты предпочитают краткосрочное обучение от одной недели до месяца. Длительное обучение (больше года) в сегменте востребовано гораздо реже — лишь в 1% случаев.



ИТ-ОБРАЗОВАНИЕ. МНЕНИЕ ЭКСПЕРТОВ ОТРАСЛИ

**Иностранные языки уступают лидерство в
востребованности ИТ-образованию.**

Согласно рейтингу Smart Ranking и ИТ-холдинга TalentTech 2020, по результатам II квартала 2020 года онлайн-школы, предлагающие курсы ИТ-профессий, вышли в лидеры по выручке и сместили с первого места школу иностранных языков SkyEng. Во многом этому поспособствовала пандемия, поскольку диджитал-профессии стали восприниматься в общественном сознании как нечто более надежное и устойчивое к различным потрясениям. Так, по словам Дмитрия Кутова, основателя и гендиректора онлайн-университета Skillbox, ИТ-специальности меньше подвержены влиянию экономических кризисов или эпидемий, поэтому пользователи хотят их освоить. В сегменте иностранных языков также отмечается рост, однако в гораздо меньших объемах.

Вместе с тем, по мнению представителей отрасли, высокий спрос на обучение ИТ-специальностям в онлайн-школах не является особенностью 2020, а представляет собой продолжение тренда прошлых годов. Общая тенденция на рынке труда к автоматизации и диджитализации повседневных рабочих процессов сделает многие профессии неактуальными в ближайшем будущем. Эта мысль подталкивает людей к получению новой востребованной специальности. В этом сегменте также присутствует «преемственность поколений»: выпускники курсов открывают собственные курсы, пользуясь накопленными в этой сфере практиками и примерами.

“
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, переqualificироваться нужное количество раз и постоянно повышать собственную ценность. Цифровые навыки перестают быть уделом ИТ-сотрудников и становятся «новым английским», т. е. навыками, без которых сложно говорить об успешной карьере в компании. **35-50% россиян, выбирая дополнительное профессиональное обучение, учатся digital-профессиям:** проходят обучение на программистов, интернет-маркетологов и веб-дизайнеров.

Андрей Митюков, управляющий партнер ИТ-холдинга TalentTech

talenttech.ru

Напишите, пожалуйста, если помните, название школы, курса или автора курса, который Вы посещали последним.



Эклектичная структура

2501 выборка*

* Вопрос задавался только тем, кто учится сейчас или проходил обучение в последние полгода-год

Некоторые примеры названий курсов и школ, которые вспомнили респонденты:

Бизнес и финансы

Сергей Спиринов об инвестировании, Главбух, Лимон на чай. Евгений Коваленко, АНО ДПО «СПб УПКПП», Интенсив от Егора Арсланова, Высшая школа главбуха, Александра Вальд, Анастасия Тарасова, Я-инвестор Ольги Гоголадзе, Бизнес уикенд Юниты, Перфильев Александр, Школа Госзаказа, Онлайн курсы при Высшей школе экономики для руководителей предприятий, «TrendAgent», Олег Селифанов, Управление государственными и муниципальными закупками ВШЭ, Марж-бросок, Bitkogan, ООО «Интеркон-Интеллект» и др.

IT

Курс «Поток», «Ночь для недизайнера», Институт цифровых компетенций, Skillbox, Университет Искусственного Интеллекта, GeekBrains, «Эконометрика Борис Демешев», Инфоурок, курс «Оператор ПК», Школа IT от Сбера, HTML academy, Евгений Гилев, курсы-по-1с.рф, Hexlet, Stepik, Яндекс практикум - обучение python-разработчик, Правила информационной безопасности, Otus, Максим Соколов, Азат Валеев, вебинар по созданию сайтов, курс «Тестировщик - самый простой вход в программирование», АНО «ИСТИМ», Нетология, Иннополис, Хабр, Артем Мазур, «Искусственный интеллект: как выбрать направление», NET Developer, Алекс Райнхардт, Udemі, Learn.oracle.com Java Explorer, НГТУ им. Р.Е. Алексеева, Цифровизация машиностроительных предприятий, IT support specialist by Google, Школа BEEGEEK и др.

Менеджмент и управление

Рычаги давления на подчиненных или как не быть загнанным в угол, Охрана труда, АНО ДПО «Институт безопасности», Социальная ответственность и этика, Skillbox, Пульт Управления, онлайн университет Ростелеком, Александр Захаров, Управление проектами, Курс «Постановка целей и задач», Кузница кадров Андрей Хохловский, Выстраивание дистанционной системы подбора персонала, Синергия, курс «Развитие региональных команд», Академия Renault, АКАТО, Актион МЦФЭР, CBS, КНИТУ Токар Венера, «Стратегическое управление персоналом», Курс Project Management на Coursera, Нетология, Первый клуб гостеприимства, MarChar, GetPublished, «Я и мой карьерный рост во время кризиса», Институт профессионального кадровика, Макарова Ирина, «Skill factory PR Management» и др.

Иностранные языки

Тьютор онлайн, Duolingo, EF education first, Китайский язык, Тетрика, Фоксфорд, William Reilly, Черчилль, Лингвист.ру, Школа финского языка, Оксфордский курс английского, Pilot, Skyeng, Английский шаг за шагом, Дом китайского языка, Advance, @easy_spain instagram, ЕШКО, English-точка, Бенедикт, france.with.love, RealStudy, Italki, Онлайн курс Даши Боцман, Estudiamos Испанский онлайн, Allora, Alibra, Меридиан, Dragon-English и др.

Напишите, пожалуйста, если помните, название школы, курса или автора курса, который Вы посещали последним.



Эклектичная структура

2501 выборка*

** Вопрос задавался только тем, кто учится сейчас или проходил обучение в последние полгода-год*

Некоторые примеры названий курсов и школ, которые вспомнили респонденты:

Медиа, digital, маркетинг, реклама и PR

Школа Ольги Придеиной, Вебинар.ру, Онлайн-курс Юлии Маркиной «Insta-практикум», Skillbox, КонвертМонстр, интернет-маркетолог 3.0, Inside, Profi Internet, Анна Бонецкая, Slawa Marlow, Цифровой маркетинг, Школа статейного бизнеса, Маркетинг и медиа: 360 градусов профессии, Нетология, Таргетолог за 10 дней, Реальный таргет, Яндекс.Практикум, Feedback, JulSo Курс по текстам, Курс по редактуре М. Ильяхова, GordiSchool, Школа SMM, Алексей Колоколов, Business inside, Interra, копирайтер-маркетолог, Школа Ирины Рунец, Марафон Дубровской Ангелины, Про маркетинг. От Марии Солодар, Хайпология Полины Пушкаревой, GeekBrains, Botanovna_like_job, Аксенов Егор Курс «Специалист по рекламе» 1.0, Школа Ирины Рунец, курс «Администратор социальных сетей» и др.

Психология и саморазвитие

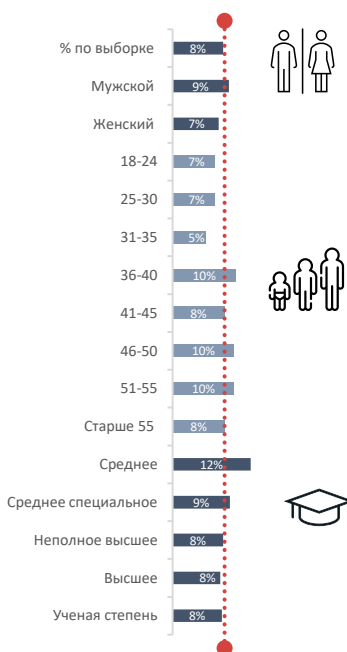
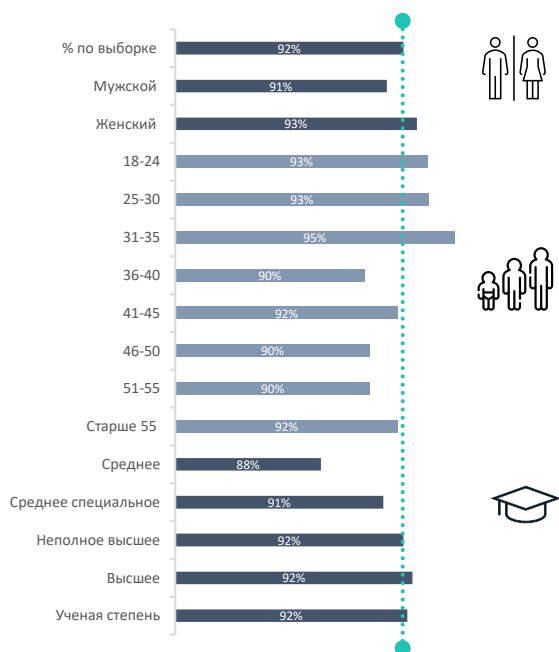
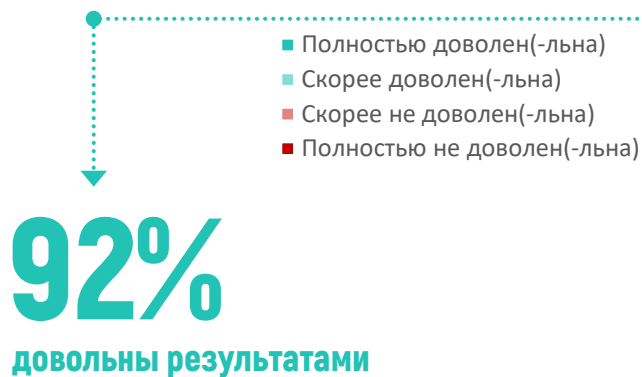
Елена Блиновская «Марафон желаний», Александр Шека «Шахматы», Повышение Самооценки, психолог Гусева, Мужская тропа, Зеленая лампа, Норбеков, Автор Вадим Безделев, БМ метаморфозы, Самопознание.ру, Нейрософия, 11 дней Чудес, Ната Герман, ПсиМатрикс, Марафон Радислава Гандапаса «Будь лидером!», Австрийская Высшая школа этикета, «Тонкие миры» Людмила Иршкова, Феноменальная память, «Школа Таро» Юлии Бульбаш, Медитативные практики, Сам себе астролог, Тибетская медицина, LifePractic, Аглая Датешидзе, Алиса Верещагина, Тренинг уверенности в себе и повышения самооценки и др.

Педагогика

ООО «Инфоурок», организация работы педагога-дефектолога, Национальный социально-педагогический колледж, ИРОСТ «Особенности организации дистанционного обучения школьников. Свежие методики», ВИРО. Курс «Цифровые технологии в образовании», Марафон по развитию речи, Многофункциональность педагогической деятельности учителя, Федеральный стандарт образования и преподавание физики, Митина Эмилия «Подготовка дистанционных программ», Физическое воспитание в условиях дистанционного обучения, Обследование детей с ОВЗ, Скорочтение, Школа родительского мастерства, Квантовая физика и др.

Остались ли Вы довольны результатом обучения?

* Вопрос задавался только тем, кто учится сейчас или проходил обучение в последние полгода-год



Профиль аудитории размыт, ни одна из групп достоверно не выделяется.

В аудитории недовольных достоверно выделяются только респонденты со средним образованием, на уровне тенденции – люди старше 40 лет. Лишь пять человек из тех, кто недоволен, попросили вернуть деньги за обучение.

ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЕ ОСТАВЛЯЕТ ПОЗИТИВНЫЕ ВПЕЧАТЛЕНИЯ У СЛУШАТЕЛЕЙ. ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕ, КТО ДОШЕЛ ДО КОНЦА ОБУЧЕНИЯ, ОТЗЫВАЛИСЬ О НЕМ ПОЛОЖИТЕЛЬНО.

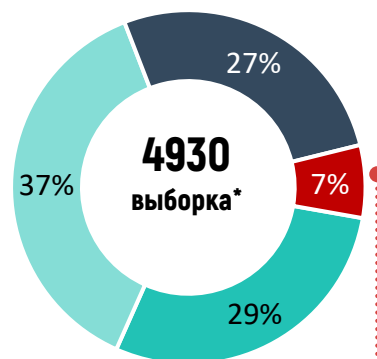
РАЗДЕЛ 2

ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЕ VS ТРАДИЦИОННОЕ

Как Вы думаете, можно ли получить качественное образование, обучаясь онлайн?

* Из числа тех, кто знает об онлайн-образовании, исключены респонденты, которые выбрали ответ «ничего не знаю по этой теме»

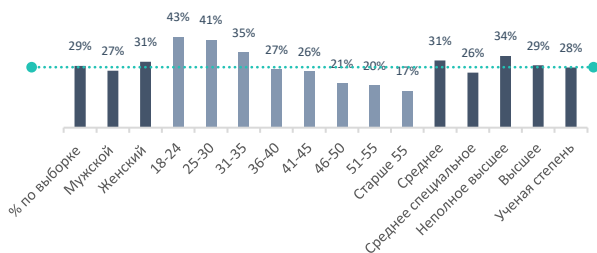
- Да, это возможно
- Это возможно отчасти
- Это возможно для ограниченного круга профессий
- Нет, это невозможно



29%

лояльная аудитория

ПОЛУЧИТЬ КАЧЕСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ОНЛАЙН ВОЗМОЖНО

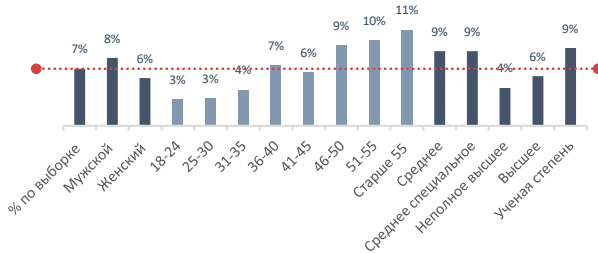


Респонденты в возрасте 18-35 лет, а также студенты, фрилансеры и женщины в отпуске по уходу за ребенком.

7%

противники онлайн-обучения

ПОЛУЧИТЬ КАЧЕСТВЕННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ОНЛАЙН НЕВОЗМОЖНО

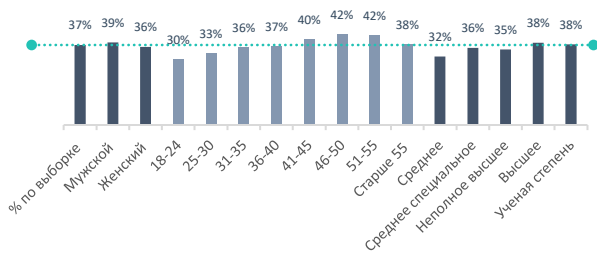


Респонденты старше 46 лет, а также пенсионеры.

37%

средняя лояльность

ВОЗМОЖНО ОТЧАСТИ

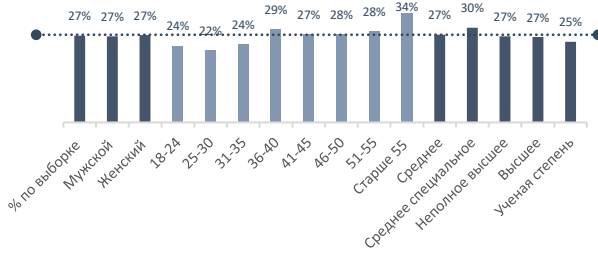


Лишь на уровне тенденции выделяется аудитория 46-50 лет.

27%

низкая лояльность

ВОЗМОЖНО ДЛЯ ОГРАНИЧЕННОГО КРУГА ПРОФЕССИЙ



Респонденты старше 55 лет.

ЧЕМ СТАРШЕ ЧЕЛОВЕК, ТЕМ МЕНЬШЕ ДОВЕРИЯ К КАЧЕСТВУ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ, ТЕМ БОЛЬШЕ ЕМУ НУЖНО АРГУМЕНТОВ, ЧТОБЫ УБЕДИТЬСЯ В ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ТАКОГО ОБУЧЕНИЯ.

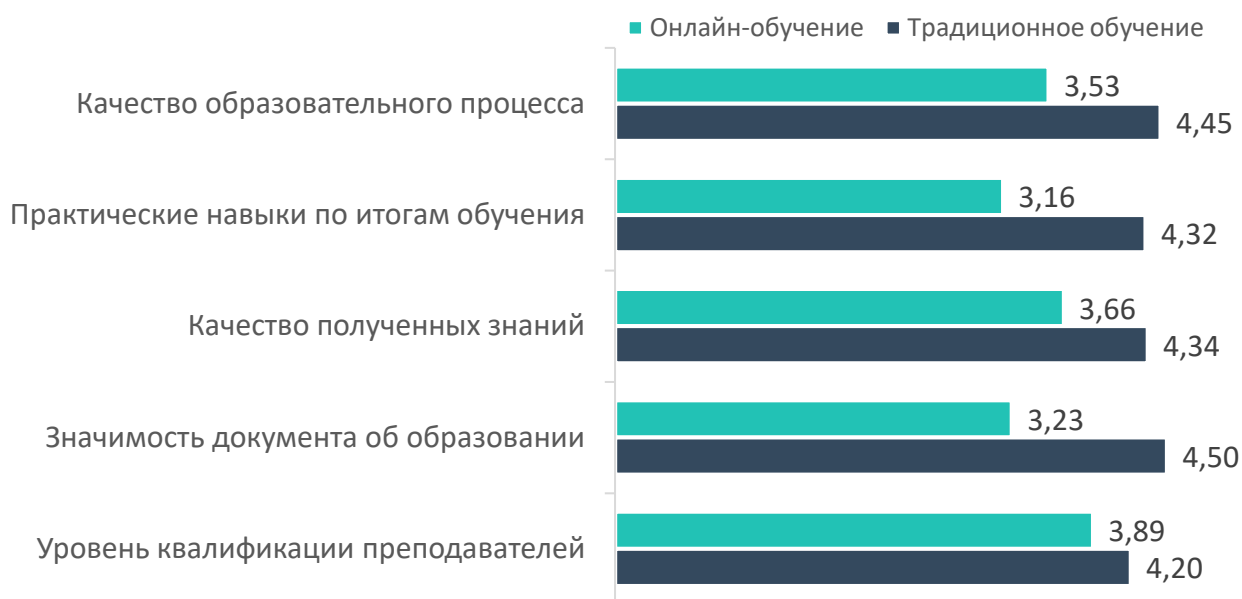
Оцените по ряду характеристик традиционное и онлайн-обучение по шкале от 1 до 5 баллов.

4930 выборка*

* Из числа тех, кто знает об онлайн-образовании, исключены респонденты, которые выбрали ответ «ничего не знаю по этой теме»

3,5 VS 4,4

средние оценки онлайн-обучения против традиционного



ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЕ



Высокие оценки онлайн-обучению чаще, чем в среднем по выборке, ставят респонденты от 18 до 35 лет.

ТРАДИЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ



Респонденты в возрасте 36-45 лет склонны оценивать качество онлайн-образования ниже традиционного.

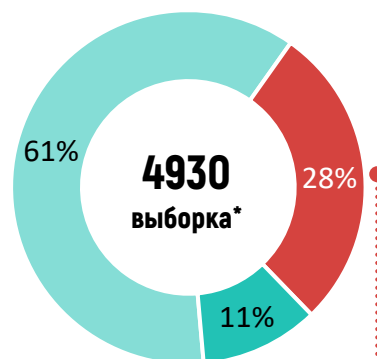
ОЦЕНКИ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ

ТРАДИЦИОННОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ВСЕ ЕЩЕ ЯВЛЯЕТСЯ БОЛЕЕ ПРИЕМЛЕМЫМ ВАРИАНТОМ В ОБЩЕСТВЕННОМ СОЗНАНИИ. МАКСИМАЛЬНЫЙ РАЗРЫВ В ОЦЕНКАХ ОНЛАЙН- И ТРАДИЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ НАБЛЮДАЕТСЯ В ОТНОШЕНИИ ЗНАЧИМОСТИ ИТОГОВОГО ДОКУМЕНТА ОБ ОКОНЧАНИИ ОБУЧЕНИЯ И ПРАКТИЧЕСКИХ НАВЫКОВ. УРОВЕНЬ КВАЛИФИКАЦИИ ПРЕПОДАВАТЕЛЕЙ ОЦЕНИВАЕТСЯ ПОЧТИ ОДИНАКОВО.

Как Вы оцениваете потенциал онлайн-обучения?

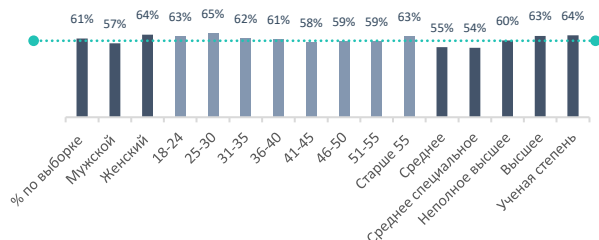
* Из числа тех, кто знает об онлайн-образовании, исключены респонденты, которые выбрали ответ «ничего не знаю по этой теме»

- Онлайн-обучение выступает хорошим дополнением к традиционному
- Онлайн-обучение никогда не сравнится с традиционным по эффективности
- Онлайн-обучение скоро заменит традиционное обучение



61%

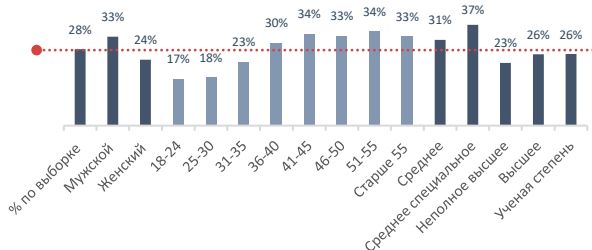
хорошее дополнение



Женщины, аудитория с высшим образованием, на уровне тенденции респонденты 25-30 лет.

28%

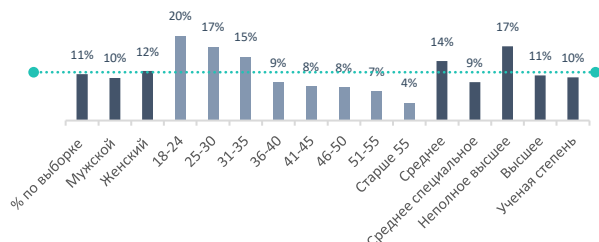
никогда не сравнится с традиционным



Респонденты 40+, мужчины, пенсионеры, как правило, аудитория без высшего образования.

11%

за онлайн-образованием будущее



Респонденты 18-35 лет, с неполным высшим образованием и фрилансеры.

Сторонники онлайн – люди, которые попали в реальность дистанционной работы и учебы (студенты и фрилансеры). Они высоко оценивают потенциал онлайн-образования. Люди среднего возраста, уже получившие традиционное образование, считают онлайн хорошим дополнением. Старшее поколение и люди без образования не понимают и отвергают этот формат.

ЧЕМ СТАРШЕ РЕСПОНДЕНТ И ЧЕМ НИЖЕ УРОВЕНЬ ЕГО ОБРАЗОВАНИЯ, ТЕМ ТРУДНЕЕ ЕМУ ПОНИМАТЬ ПРЕИМУЩЕСТВА ОНЛАЙН-ОБУЧЕНИЯ.

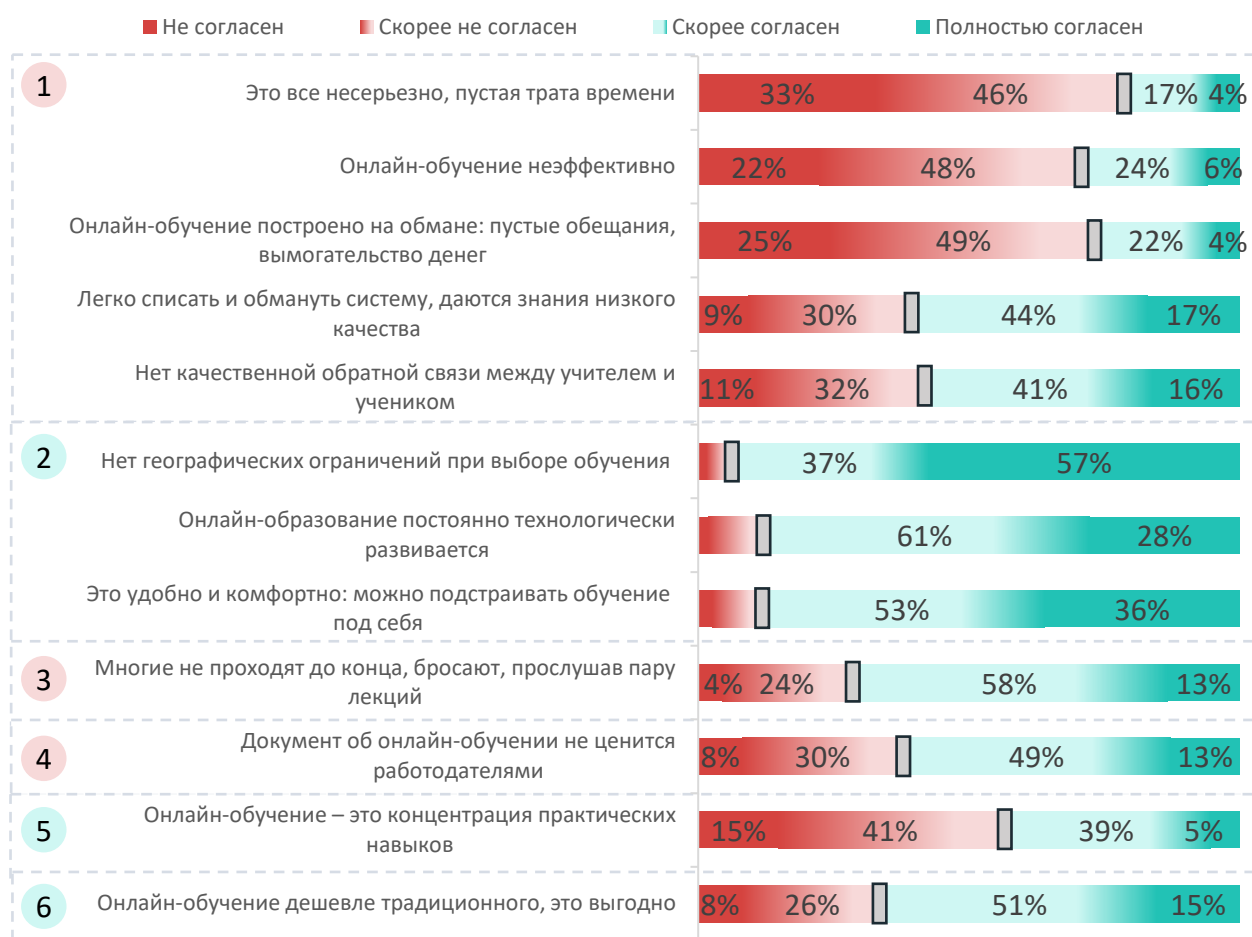
С какими из утверждений про онлайн-обучение Вы согласны?

4930 выборка*

* Из числа тех, кто знает об онлайн-образовании, исключены респонденты, которые выбрали ответ «ничего не знаю по этой теме»

Для изучения взаимосвязей между разными вариантами отношения к онлайн-образованию использован факторный анализ (метод главных компонент с поворотом осей «varimax»). В результате обработки выделены шесть факторов: группы взаимосвязанных категорий. Переменные, объединившиеся в одном факторе, являются ассоциативно связанными по принципу «если..., то...». Каждый фактор выступает своего рода сценарием, схемой действия, в которой раскрывается логика мышления респондентов. На этом основании выделены 6 моделей восприятия.

6 МОДЕЛЕЙ ВОСПРИЯТИЯ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ АНАЛИЗА УСТАНОВОК



ОЦЕНКИ ОНЛАЙН-ОБРАЗОВАНИЯ



~60-70%

устойчивые негативные стереотипы

Стереотипными можно назвать идеи, с которыми соглашаются две трети опрошенных: многие бросают, прослушав пару лекций; документ об онлайн-обучении не ценится работодателями; легко списать, обмануть систему.



~80-90%

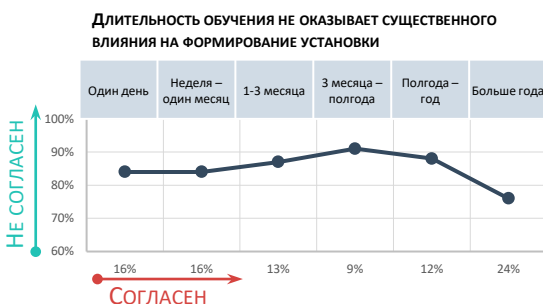
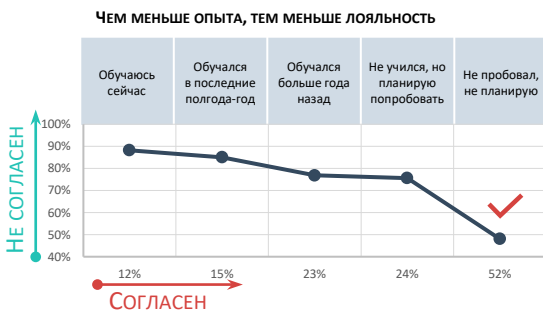
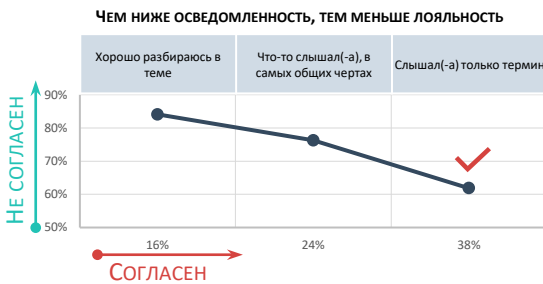
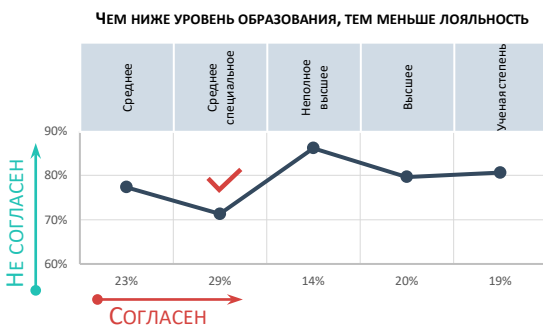
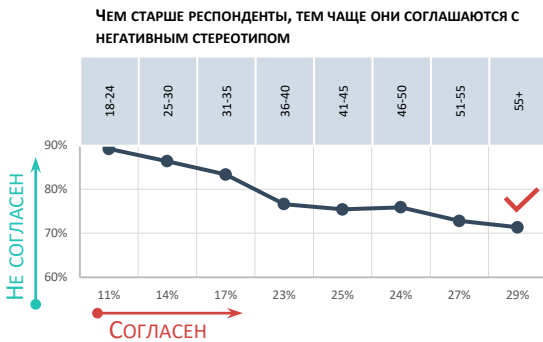
позитивные установки

Ключевые достоинства онлайн-обучения, в которых уверены фактически 90% респондентов, – это отсутствие географических ограничений, удобство и комфорт.

Негативный стереотип

Это все несерьезно, пустая трата времени

Распределение ответов в разных группах



21%

Согласны с утверждением

С возрастом обучение онлайн воспринимается менее серьезно. Респонденты старше 50 лет чаще всего считают его пустой тратой времени. С ними солидарны обладатели среднего специального образования, пенсионеры и безработные. Они слабо осведомлены об онлайн-образовании в целом и о платформах в частности, не имеют собственного опыта и не планируют им обзавестись. К оценке потенциала такого формата обучения подходят негативно. Если и учились, то не закончили или остались недовольны.

79%

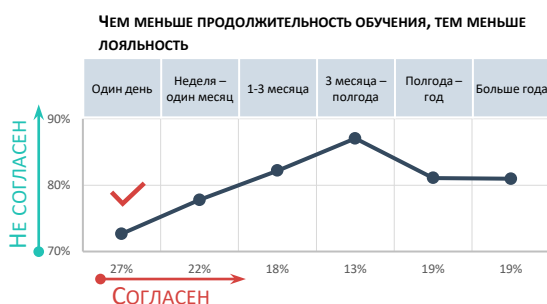
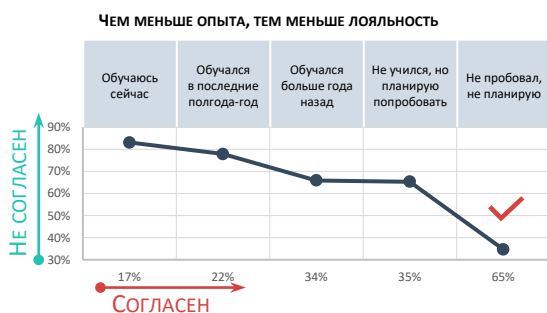
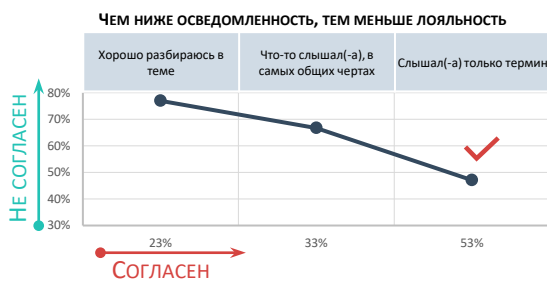
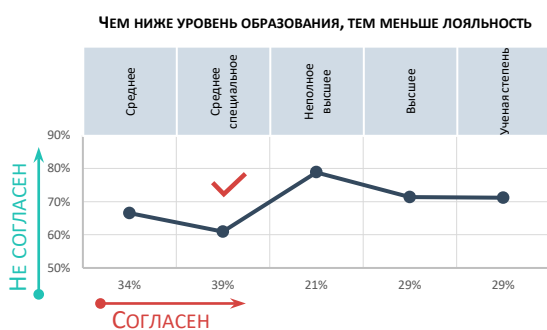
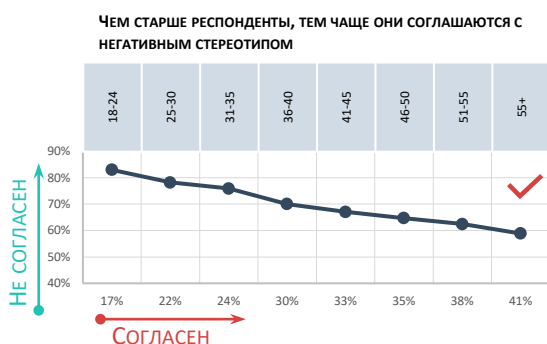
Не согласны с утверждением

Ядро этой аудитории – молодежь (18-30 лет), среди них выделяются студенты и респонденты с неполным высшим образованием, женщины в декрете и фрилансеры. Имеют актуальный опыт онлайн-обучения (сейчас, последние полгода-год), высоко оценивают его потенциал. Знакомы со многими платформами, пробовали несколько. Предпочитают более продолжительные курсы длительностью от 3 месяцев.

Негативный стереотип

Онлайн-обучение неэффективно

Распределение ответов в разных группах



30%

Согласны с утверждением

Преимущественно мужчины, 46-55+ лет, аудитория со средним специальным образованием, а также пенсионеры и безработные. Для этой группы характерна низкая осведомленность об онлайн-образовании: слышали только термин, слабая мотивация – «не пробовал и не планирую так учиться». Респонденты придерживаются мнения, что получить качественное образование онлайн невозможно, или его можно применить только для ограниченного круга специальностей. Группа не ориентируется в названиях платформ. Максимум из полученного опыта – однодневные семинары, некоторые из них оплачивала компания. Обучение бросили, потому что было неинтересно; опыт оценивают негативно.

70%

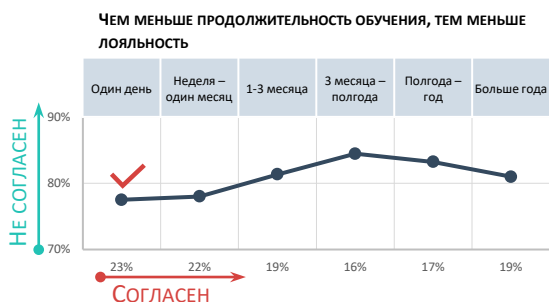
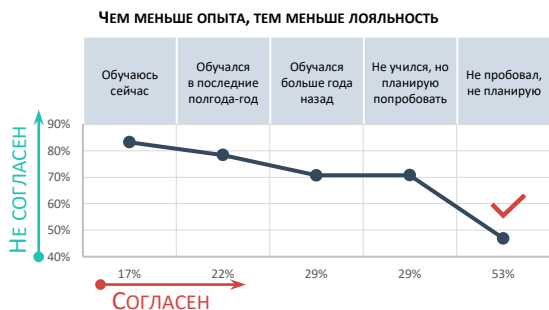
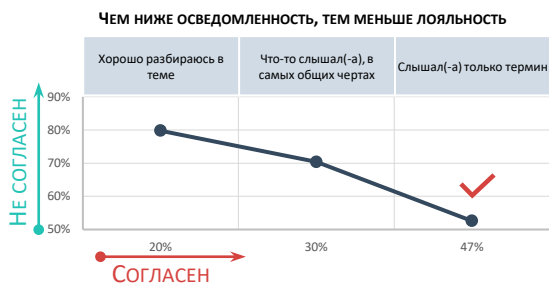
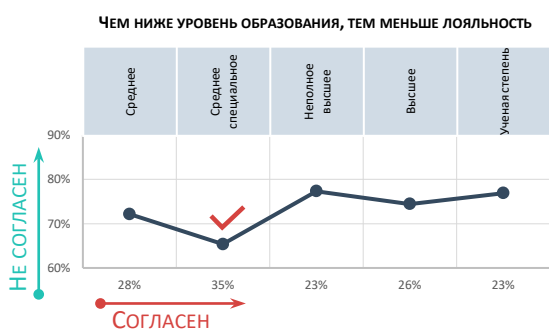
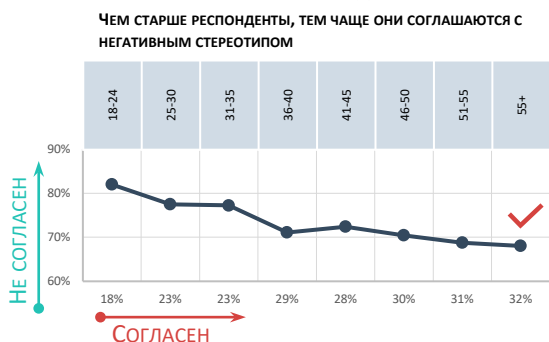
Не согласны с утверждением

Как правило, женщины, аудитория в возрасте 18-35 лет, респонденты с неполным высшим образованием. Также в эту группу входят студенты, женщины в декрете и фрилансеры. Актуализирован опыт онлайн-обучения: учатся сейчас, либо учились в последние полгода-год. Лояльны к такому формату обучения и считают, что получить качественное образование онлайн возможно. Также придерживаются мнения, что это хорошее дополнение к основному образованию. Высоко осведомлены о разных платформах. Предпочитают курсы от 3 месяцев до полугода, которые оплачивают самостоятельно. Остались довольны обучением.

Негативный стереотип

Онлайн-обучение построено на обмане: пустые обещания, бесполезные знания, вымогательство денег

Распределение ответов в разных группах



27%

Согласны с утверждением

В группу входят респонденты со средним специальным образованием, пенсионеры и безработные. Эта аудитория плохо разбирается в теме – слышали только термин, учиться не пробовали и не планируют. Потенциал онлайн-образования оценивают низко и платить за него самостоятельно не готовы.

Есть те, кто не закончил обучение и слабо заинтересован в продолжении. Названия платформ не запомнили, не знают или вовсе не сталкивались с ними.

73%

Не согласны с утверждением

Ядро аудитории составляют респонденты в возрасте 18-24 лет. Среди них выделяются студенты и женщины в декретном отпуске. Студенты, оказавшиеся в ситуации обязательного перехода на обучение онлайн и, пожалуй, глубже других погружившиеся в него, уже успели оценить результат и осознать эффективность и потому представляются наиболее лояльной аудиторией. Опыт обучения высоко актуализирован: большинство обучаются сейчас или в последние полгода-год. Эта аудитория доверяет онлайн-образованию и высоко оценивает его потенциал. У большинства имеется положительный опыт взаимодействия с разными онлайн-платформами, многие у них на слуху.

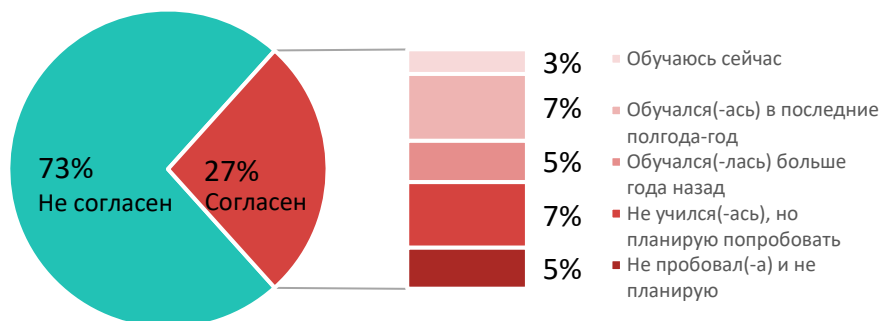
Негативный стереотип

Онлайн-обучение построено на обмане: пустые обещания, бесполезные знания, вымогательство денег

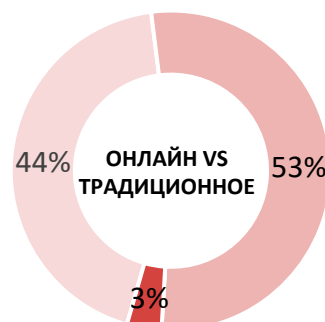
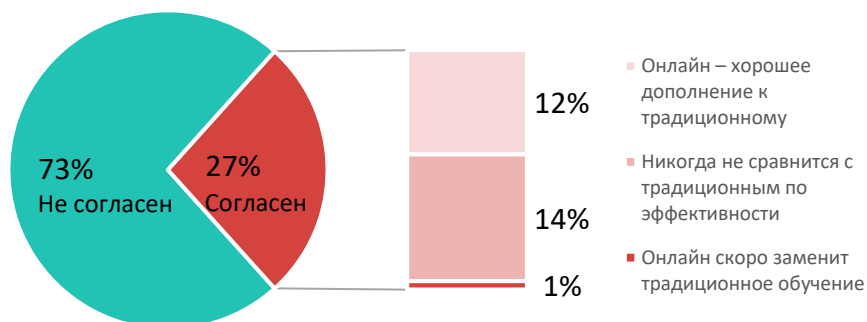
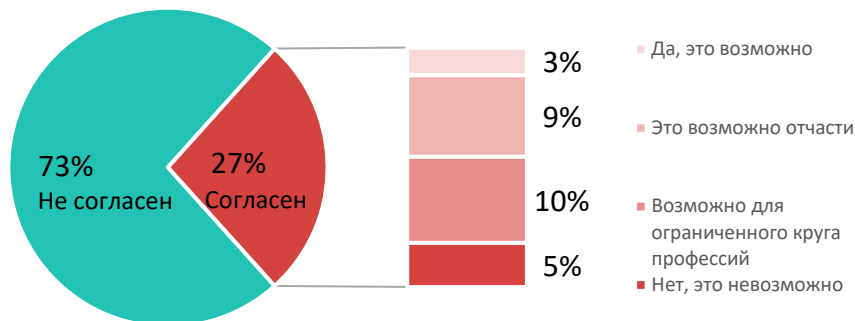
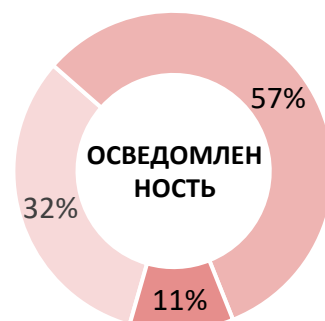
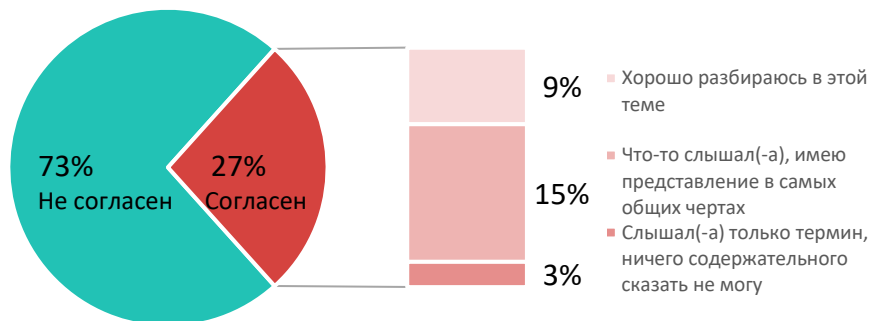
27% **Согласны с утверждением**

Распределение ответов в разных группах

4930 выборка*



1315 выборка**



* Выборка респондентов, которые знают об онлайн-образовании. Исключены опрошенные, выбравшие ответ «ничего не знаю по этой теме»

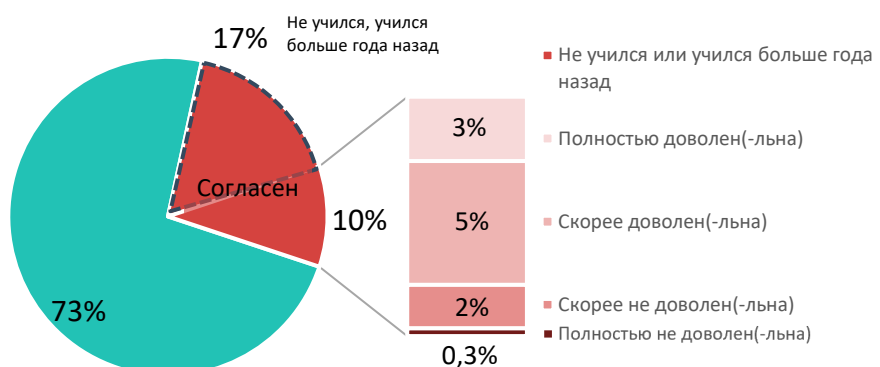
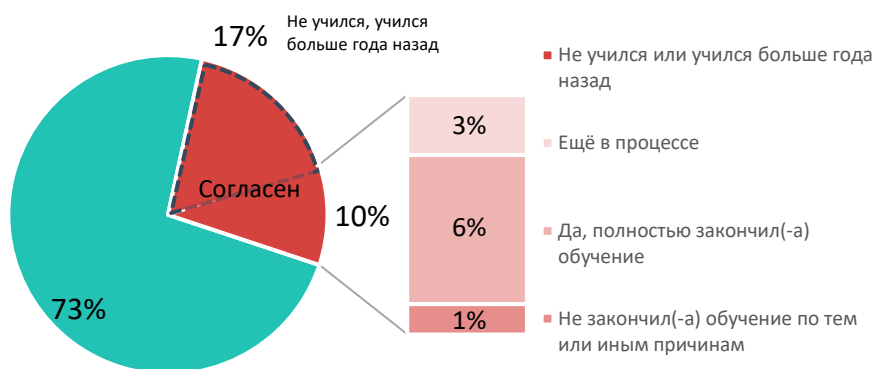
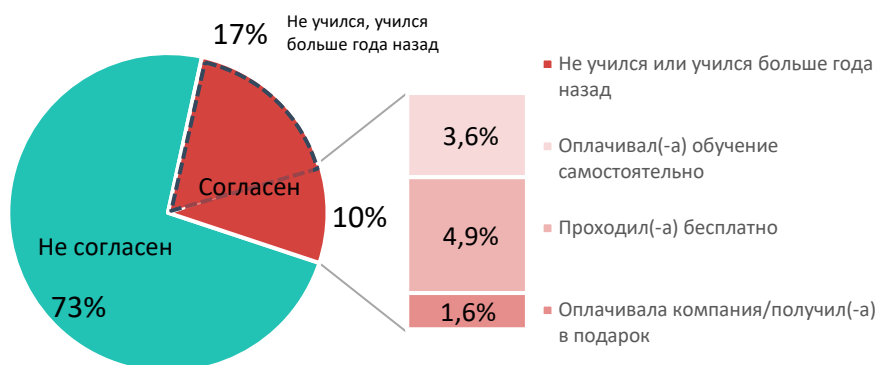
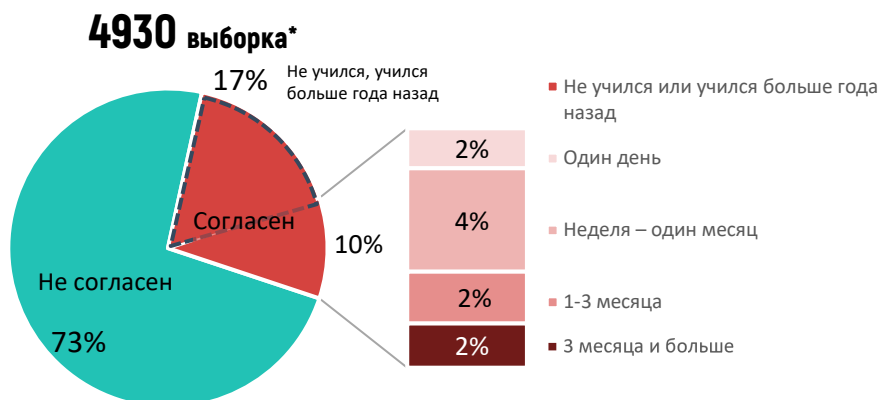
** Выборка респондентов, которые выразили согласие с утверждением «онлайн-образование построено на обмане»

Негативный стереотип

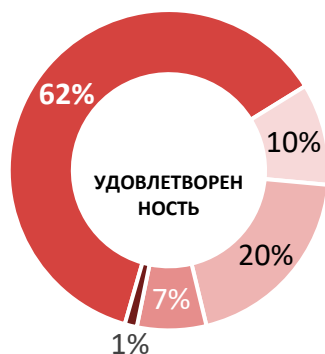
Онлайн-обучение построено на обмане: пустые обещания, бесполезные знания, вымогательство денег

27% **Согласны с утверждением**

Распределение ответов в разных группах



1315 выборка**



* Выборка респондентов, которые знают об онлайн-образовании. Исключены опрошенные, выбравшие ответ «ничего не знаю по этой теме»

** Выборка респондентов, которые выразили согласие с утверждением «онлайн-образование построено на обмане»

Негативный стереотип

Онлайн-обучение построено на обмане: пустые обещания, бесполезные знания, вымогательство денег

27% **Согласны с утверждением**

Распределение ответов в разных группах

ЦЕЛИ ОБУЧЕНИЯ	Абсолютные значения	4930	1315	2501
		выборка*	выборка**	выборка***
		% от общей выборки	% от числа согласных с утверждением	% от числа тех, кто учился за последний год
Повысить свой профессиональный уровень	262	3%	12%	10%
Расширить свой кругозор, повысить эрудированность	167	3%	10%	7%
Переквалифицироваться, сменить профессию	120	2%	6%	5%
Творческая самореализация, духовный рост	114	1%	4%	5%
Разбираться в себе и в людях	60	1%	3%	2%
Начать свой бизнес	54	1%	3%	2%
Прийти в хорошую физическую форму, практиковать ЗОЖ	48	1%	2%	2%
Не было цели	17	0,5%	2%	1%

* Выборка респондентов, которые знают об онлайн-образовании. Исключены опрошенные, выбравшие ответ «ничего не знаю по этой теме»

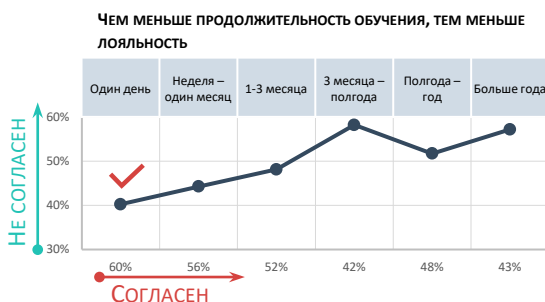
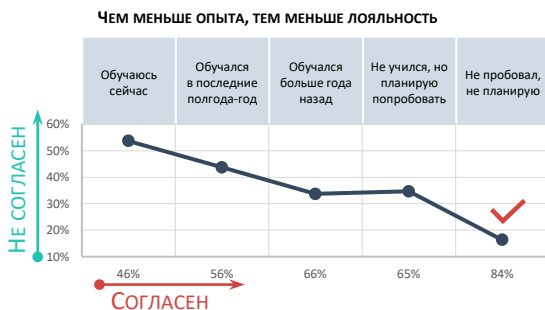
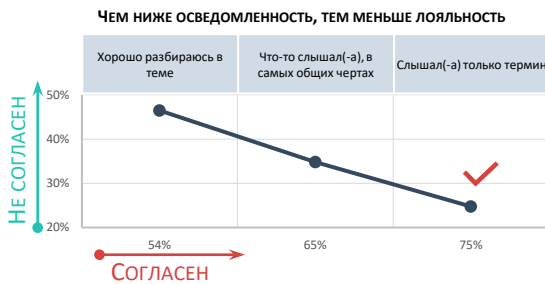
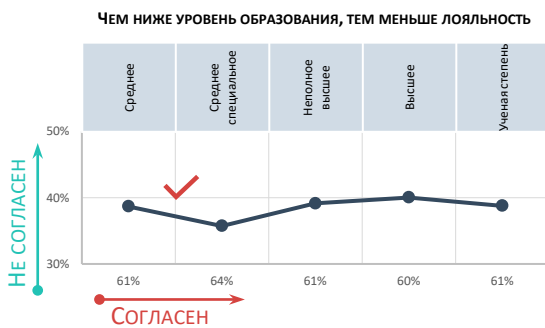
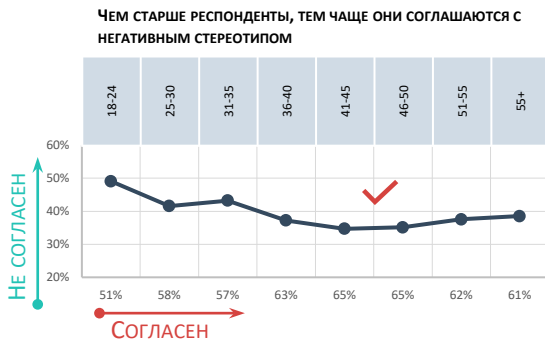
** Выборка респондентов, которые выразили согласие с утверждением: «онлайн-образование построено на обмане»

*** Выборка респондентов, имеющих актуальный опыт обучения (кроме ответов: больше года назад, не учился, но планирую, не учился и не планирую)

Негативный стереотип

Легко списать и обмануть систему, получаешь знания низкого качества

Распределение ответов в разных группах



61%

Согласны с утверждением

Ядро группы составляют пенсионеры. Респонденты демонстрируют низкую осведомленность и отсутствие мотивации: слышали только термин, учиться не пробовали и не планируют. Поддерживают мнение, что получить качественное образование онлайн невозможно, и оно никогда не заменит традиционное.

Также в этой аудитории есть те, кто сталкивался с онлайн-обучением ситуативно: один день занятий, курсы от компании. Они не смогли дойти до конца обучения, опытом остались недовольны. В названиях платформ не ориентируются.

39%

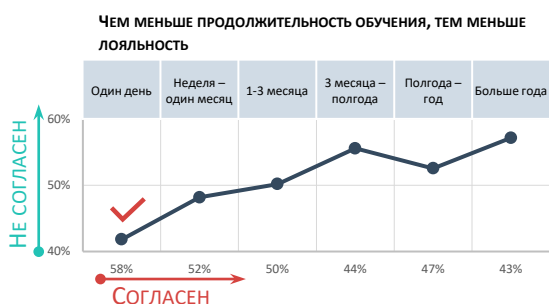
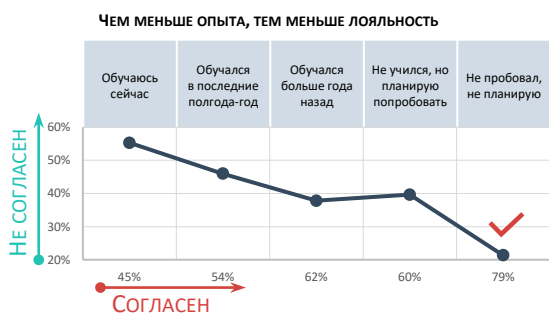
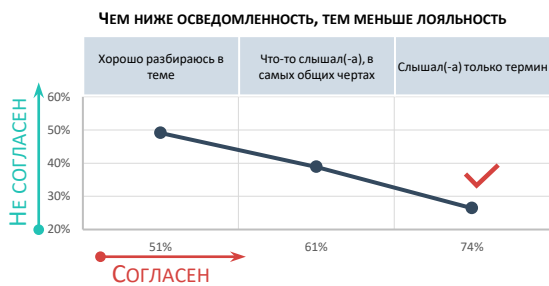
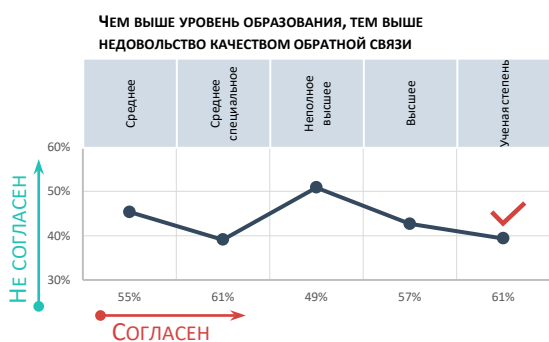
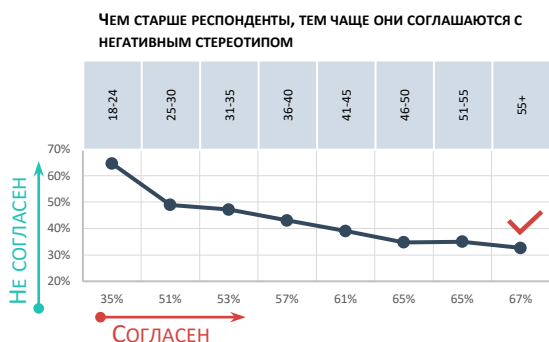
Не согласны с утверждением

Главным образом, это респонденты в возрасте 18-24 лет. Среди них выделяются фрилансеры и действующие студенты. Они хорошо разбираются в теме и глубоко погружены в нее, поскольку многие обучаются в данный момент. Эта группа довольно высоко оценивает потенциал онлайн-образования. Респонденты знакомы со многими платформами, уже испробовали несколько. Идут на онлайн-курсы с профессиональными целями: повысить имеющийся уровень квалификации или приобрести новую специальность. Средняя продолжительность курсов – от 3 месяцев до полугода. Занятия оплачивали самостоятельно. Свой опыт обучения оценивают положительно.

Негативный стереотип

Нет качественной обратной связи между учителем и учеником

Распределение ответов в разных группах



58%

Согласны с утверждением

Главным образом, это респонденты старше 46 лет, пенсионеры, а также те, кто изредка пробует что-то в формате однодневных вебинаров. Осведомлены слабо, слышали только термин и не мотивированы попробовать. Склоняются к мнению, что получить качественные знания онлайн невозможно, и этот формат никогда не сравнится по эффективности с традиционным. В силу небольшого опыта и низкой заинтересованности не могут назвать платформы. Пытались работать над своей физической формой, но остались недовольны этим опытом.

42%

Не согласны с утверждением

Аудитория в возрасте 18-35 лет, студенты или обладатели неполного высшего образования. Имеют обширный опыт и хорошо разбираются в теме: большинство из них учатся в данный момент и, как правило, самостоятельно оплачивают обучение. Считают, что онлайн-обучение – хорошее дополнение к традиционному или вовсе скоро заменит последнее. Знакомы с большей частью платформ и уже обучались на нескольких. По продолжительности выбирают длительные курсы: от 3 месяцев. Основной целью обучения для этой группы является желание повысить квалификацию или сменить профессию.

Оппоненты онлайн-обучения



- Мужчины
- Пенсионеры
- Люди со средним специальным образованием
- Низкая осведомленность об онлайн-платформах
- Опыт онлайн-обучения отсутствует или есть ситуативный (1 день, оплачивала организация, остались недовольны)



Аудиторию характеризуют низкая заинтересованность, непонимание, разочарование

Модель восприятия №1

Выделена на основе дополнительных статистических процедур: факторный и корреляционный анализ

Модель объединяет несколько утверждений, которые ассоциативно связаны между собой в сознании аудитории. Иными словами, соглашаясь с одним из тезисов, респондент одновременно поддерживает другие:

- Онлайн-обучение неэффективно
- Нет качественной обратной связи между учителем и учеником
- Легко списать и обмануть систему, получаешь знания низкого качества
- Онлайн-обучение построено на обмане: пустые обещания, бесполезные знания, вымогательство денег
- Это все несерьезно, пустая трата времени

Эта модель характеризует негативные поведенческие и эмоциональные паттерны в отношении онлайн-образования.

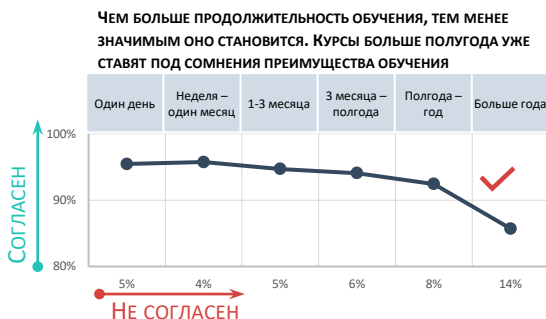
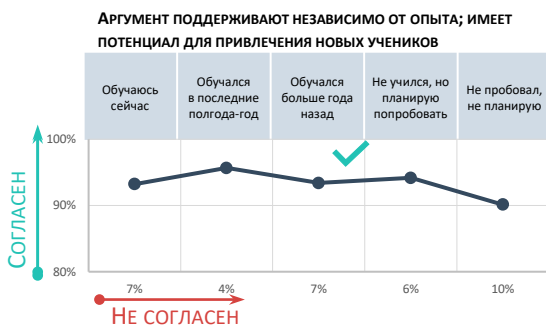
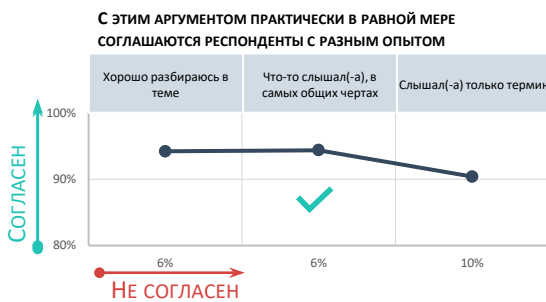
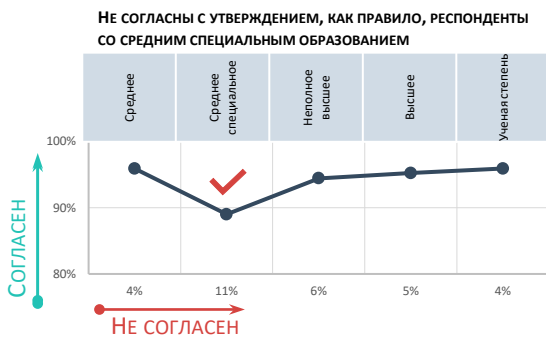
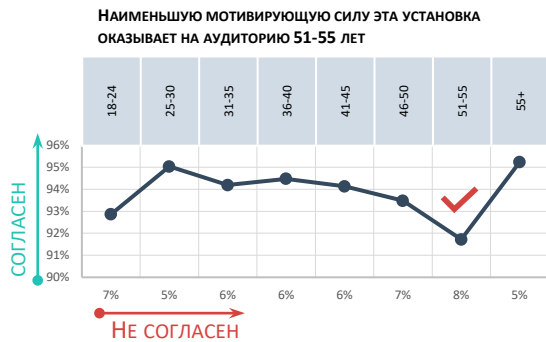
Основные причины недовольства – некачественная, не налаженная коммуникация между преподавателем и слушателем, а также отсутствие контроля, которое облегчает жизнь желающим списать/обмануть систему, и, как следствие, сказывается на качестве обучения.

Онлайн-образование для них не является актуальным – они не учились вовсе или участвовали в однодневных вебинарах, которые чаще всего были бесплатными или оплаченными компанией. Для этой аудитории характерна низкая осведомленность об отрасли и ее игроках.

Позитивный стереотип

Нет географических ограничений при выборе обучения (могу обучаться в любой точке мира)

Распределение ответов в разных группах



94%

Согласны с утверждением

Ядро этой аудитории – «активные сторонники онлайн-образования»: хорошо разбираются в теме, имеют актуализированный опыт обучения (обучаюсь сейчас, в последние полгода-год), в том числе те, кто завершил обучение и остался доволен его результатами. Чаще обучались самостоятельно, либо в смешанной форме. В эту же группу входят респонденты, цели онлайн-обучения которых концентрируются вокруг развития профессиональных навыков. Они пробовали разные онлайн-платформы. Как правило, это женщины, аудитория в возрасте 25-30 лет, респонденты с высшим образованием, фрилансеры.

6%

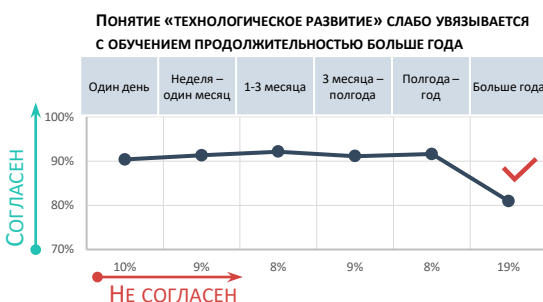
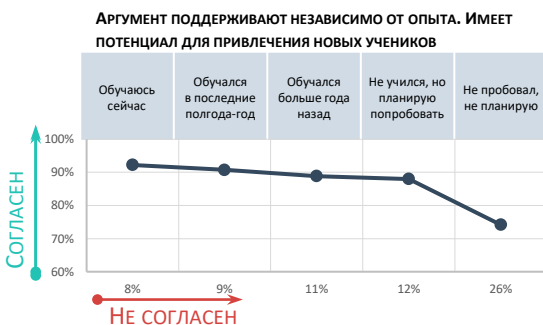
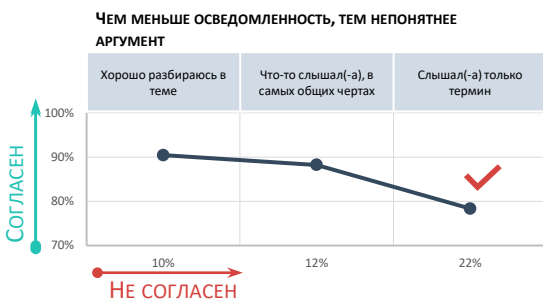
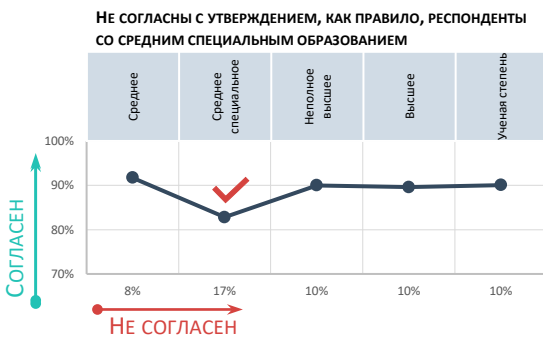
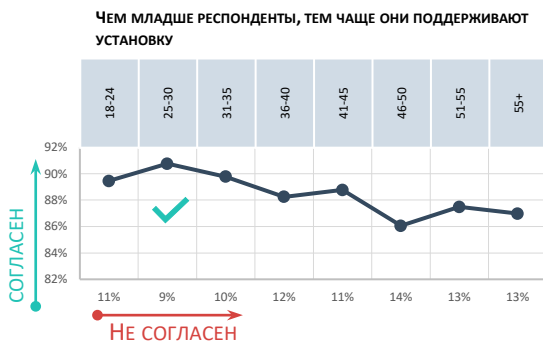
Не согласны с утверждением

Как правило, респонденты со средним специальным образованием, носители стереотипов – «онлайн-образование никогда не сравнится по качеству и эффективности с традиционным».

Позитивный стереотип

Онлайн-образование постоянно технологически развивается: интерактив, электронные задачки, онлайн-тренажеры, VR/AR технологии и т. д.

Распределение ответов в разных группах



89%

Согласны с утверждением

Ядро этой аудитории – «активные сторонники онлайн-образования» (характеристики [см. выше](#)).

11%

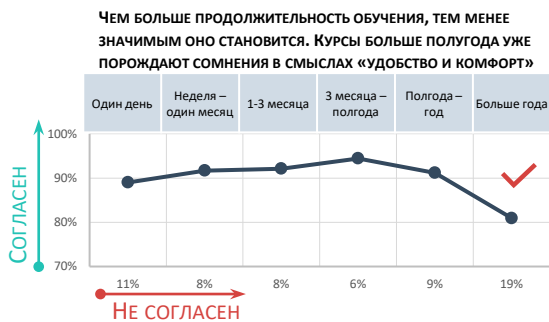
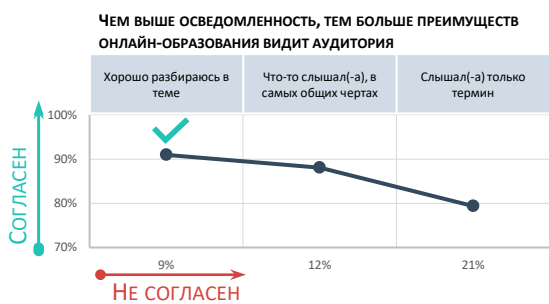
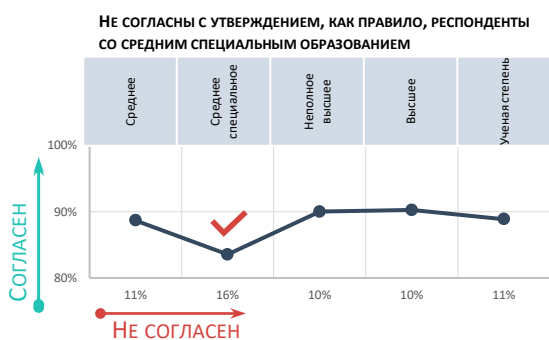
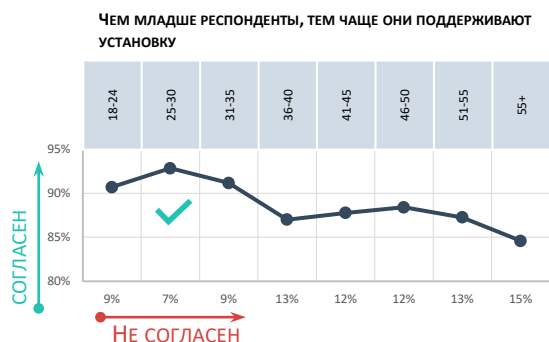
Не согласны с утверждением

Как правило, респонденты со средним специальным образованием, аудитория с низким уровнем погруженности в тему («слышал только термин», «онлайн-платформы не знаю»), с низкой мотивацией («не учился и не планирую»).

Позитивный стереотип

Это удобно и комфортно: можно подстраивать обучение под себя, получать знания, не выходя из дома

Распределение ответов в разных группах



89%

Согласны с утверждением

Ядро этой аудитории – «активные сторонники онлайн-образования» (характеристики [см. выше](#)). Примечательно, что с увеличением продолжительности курсов понятия удобства и комфорта начинают размываться.

11%

Не согласны с утверждением

Как правило, респонденты со средним специальным образованием, аудитория с низким уровнем погруженности в тему («слышал только термин», «онлайн-платформы не знаю»), с низкой мотивацией («не учился и не планирую»).

Фанаты онлайн-образования



- Женщины
- 25-35 лет
- Аудитория с высшим образованием
- Фрилансеры



Основные характеристики: в тренде – высокая осведомленность, лояльность, самостоятельность, целеустремленность, мотивация к разностороннему развитию

Модель восприятия №2

Выделена на основе дополнительных статистических процедур: факторный и корреляционный анализ

Эта модель объединяет несколько утверждений, которые ассоциативно связаны между собой в сознании аудитории. Иными словами, соглашаясь с одним из этих тезисов, респондент одновременно поддерживает другие.

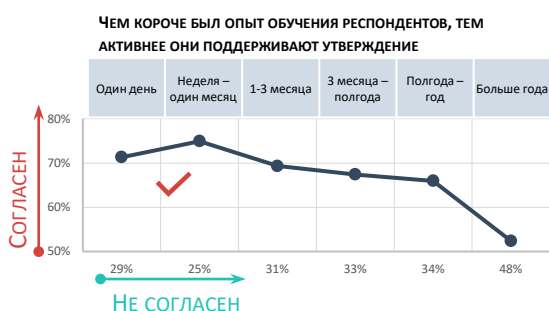
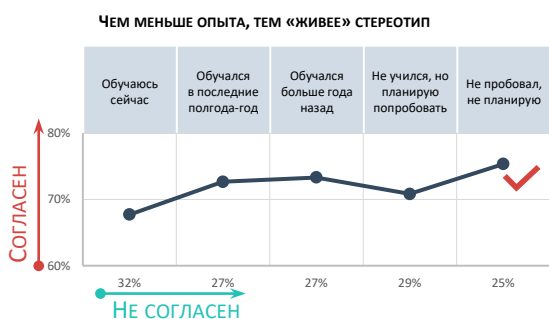
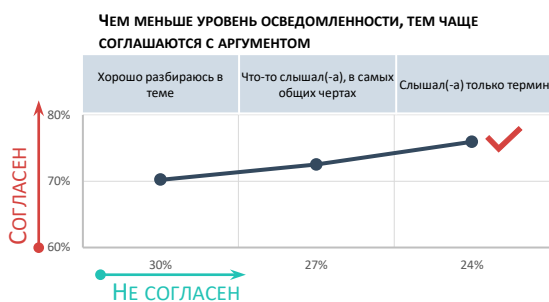
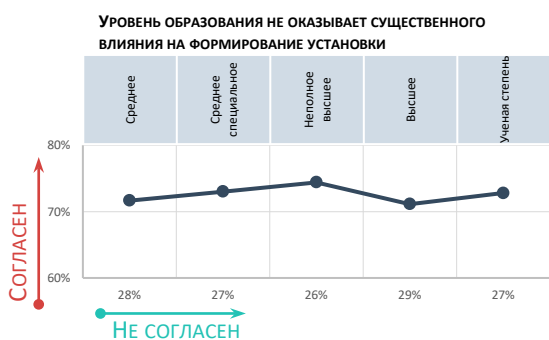
- Нет географических ограничений при выборе обучения (могу обучаться в любой точке мира)
- Это удобно и комфортно: можно подстраивать обучение под себя, получать знания, не выходя из дома
- Онлайн-образование постоянно технологически развивается: интерактив, электронные задачки, онлайн-тренажеры, VR/AR технологии и т. д.

Актуализирован опыт онлайн-обучения (обучаются сейчас или в последние полгода-год). Опытные пользователи подобного рода услуг: пробовали разные форматы курсов – от одной недели до полугода, учились самостоятельно и в смешанном варианте. Оплачивали обучение самостоятельно. Высокая осведомленность об операторах рынка: знают платформы, на многих пробовали учиться. Актуализированы цели в развитии soft и hard skills. Закончили обучение и остались довольны результатами. Высоко оценивают потенциал онлайн-образования: можно получить качественные знания, скоро заменит традиционное обучение.

Модель восприятия №3*

*Выделена на основе дополнительных статистических процедур: факторный и корреляционный анализ

Распределение ответов в разных группах



Негативная установка

Многие не проходят до конца, бросают, прослушав пару лекций

72%

Согласны с утверждением

Аудитория 25-30 лет, респонденты которые обучались самостоятельно, пробовали бесплатные занятия, были настроены на развитие soft skills. Низко оценивают потенциал онлайн-обучения, не закончили обучение, остались недовольны.

28%

Не согласны с утверждением

Как правило, это респонденты, чье обучение оплачивала компания, и которые учились на достаточно продолжительных курсах (от полугода). Они придерживаются мнения, что получить качественное образование можно и онлайн. Остались довольны результатами обучения.

Модель восприятия №3

Модель восприятия, как правило, характерна для респондентов, у которых был неудачный опыт обучения, и тех, которые намеревались с помощью бесплатных предложений в этой сфере узнать что-то новое, но знания оказались неактуальными.

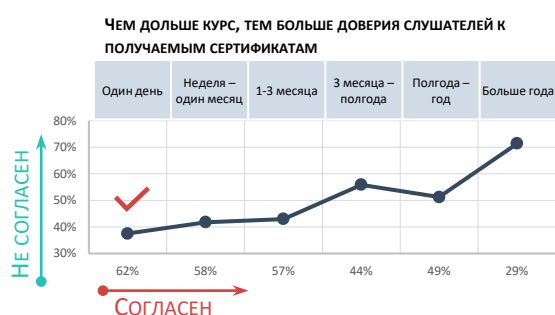
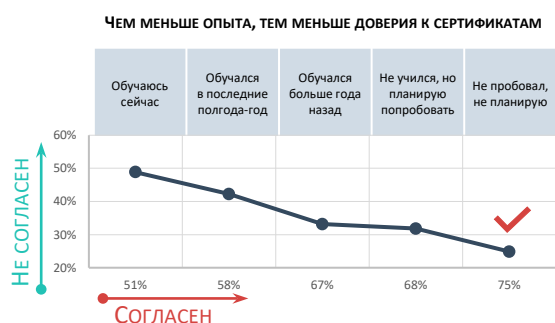
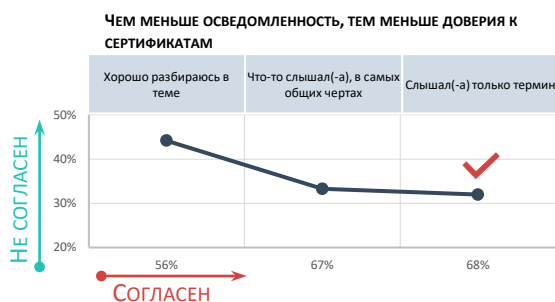
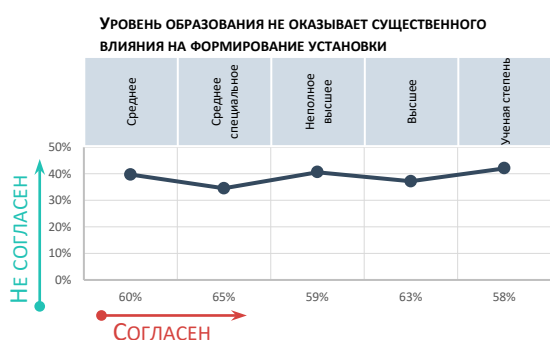
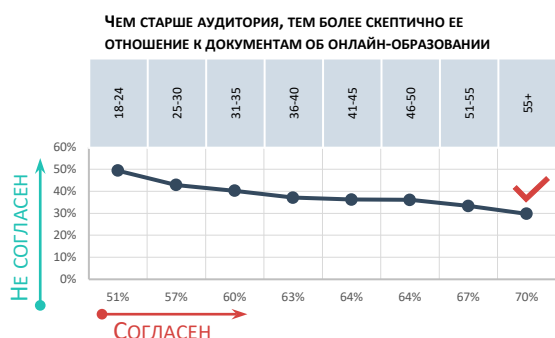
Основные характеристики аудитории:

- разочарованность;
- скептицизм;
- низкая мотивация.

Модель восприятия №4*

Выделена на основе дополнительных статистических процедур: факторный и корреляционный анализ

Распределение ответов в разных группах



Негативная установка

Документ об онлайн-обучении не ценится работодателями

62%

Согласны с утверждением

Респонденты старше 46 лет, а также домохозяйки или пенсионеры, которые слышали только термин, опыта обучения онлайн не имеют и начинать не планируют. Тем не менее, не все из них настроены негативно – многие все же готовы попробовать. Потенциал онлайн-образования оценивают скептически. Плохо знакомы с платформами. Не пробовали ничего, кроме однодневных вебинаров, либо не закончили обучение по разным причинам.

38%

Не согласны с утверждением

Ядро этой аудитории – студенты, фрилансеры, аудитория в возрасте 18-24 лет. Имеют обширный опыт обучения онлайн и обучаются прямо сейчас. Уверены, что получить хорошее образование онлайн вполне реально, и вообще оно скоро заменит традиционное. Знают и учились на платформах GetCourse, Нетология. Предпочитают курсы длительностью не менее 3 месяцев. Своим опытом полностью довольны.

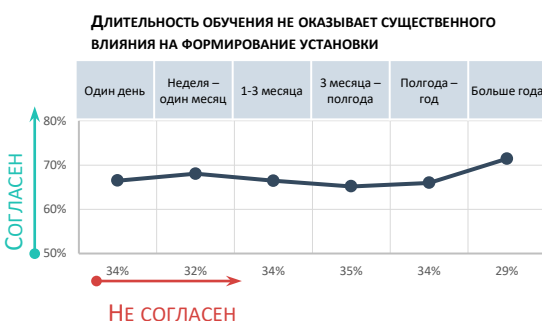
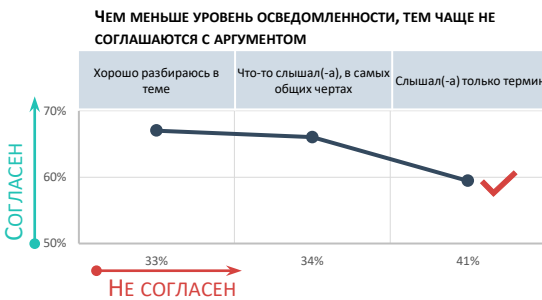
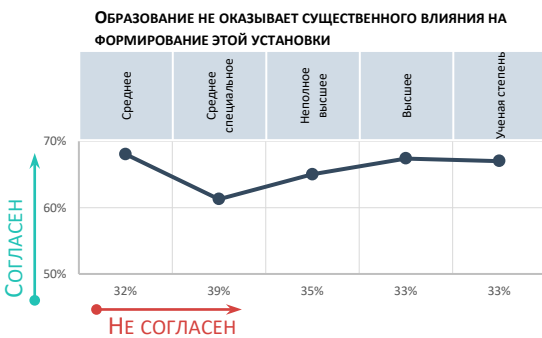
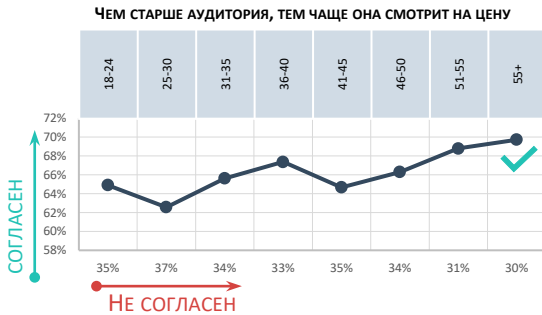
Модель восприятия №4

Базируется на недоверии к документу о получении онлайн-образования. Эта модель восприятия характерна для аудитории старшего возраста, не имеющей существенного опыта обучения онлайн.

Модель восприятия №5*

*Выделена на основе дополнительных статистических процедур: факторный и корреляционный анализ

Распределение ответов в разных группах



Позитивная установка

Онлайн-обучение дешевле традиционного, это выгодно

66%

Согласны с утверждением

Социально-демографический профиль аудитории размыт, можно лишь говорить о том, что в этой аудитории преобладают мужчины. На уровне тенденции профиль дополняют респонденты, нацеленные на развитие hard skills.

34%

Не согласны с утверждением

Как правило, домохозяйки, респонденты, которые слышали только термин, имеют слабую мотивацию к обучению – «не учился и не планирую». В целом низко оценивают потенциал онлайн-образования.

Модель восприятия №5

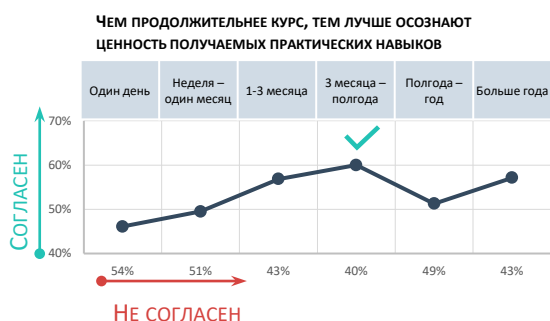
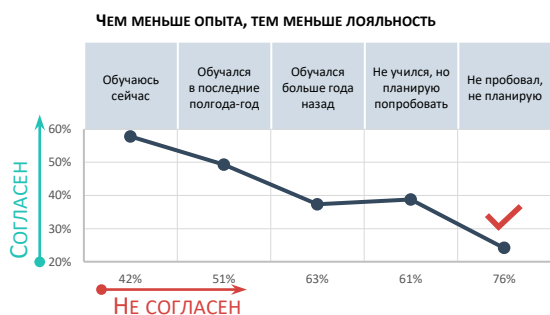
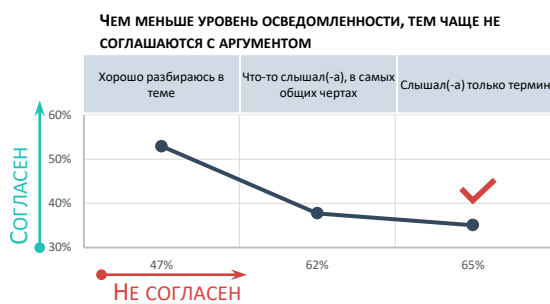
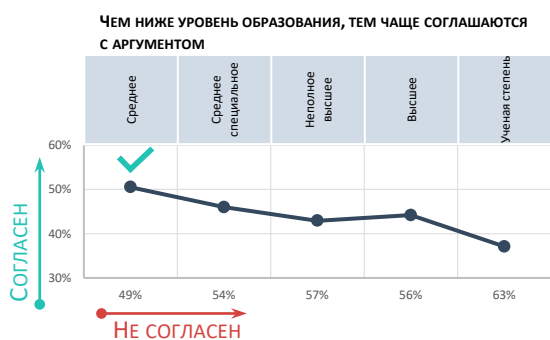
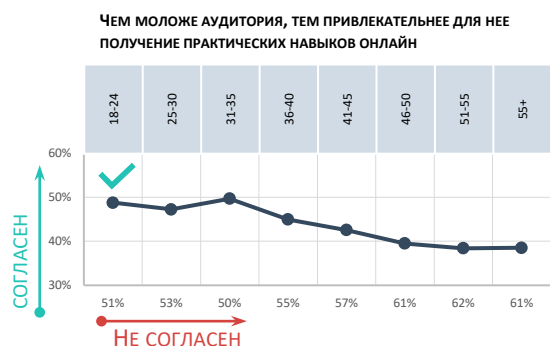
Основа модели – желание получить выгоду, которое практически в равной мере характерно для разных социально-демографических групп, поэтому профиль аудитории размыт.

Можно лишь отметить, что чем старше потенциальный ученик, тем актуальнее для него эта тема.

Модель восприятия №6*

*Выделена на основе дополнительных статистических процедур: факторный и корреляционный анализ

Распределение ответов в разных группах



Позитивная установка

Онлайн-обучение – это концентрация практических навыков

44%

Согласны с утверждением

Аудитория в возрасте 31-35 лет, а также женщины в декрете. Имеют актуальный опыт обучения и хорошо осведомлены. Высоко оценивают потенциал онлайн-обучения, разбираются в платформах, многие опробовали на личном опыте. Учились как минимум три месяца с целью профессионального развития или переквалификации. Обучением остались полностью довольны.

56%

Не согласны с утверждением

Респонденты старше 50, пенсионеры, люди с высшим образованием. Как правило, слабо осведомлены («что-то слышал», «слышал только термин»). Однако среди них есть и те, кто учился больше года, и те, кто вообще не пробовал. Респонденты низко оценивают потенциал и качество онлайн-образования. Если и учились, то в основном на корпоративных курсах, и остались ими недовольны, не закончили обучение. Платформы назвать затруднились.

Модель восприятия №6

Тезис для общественного мнения – спорный. С ним аудитория чаще не соглашается. Такая реакция характерна для образованных респондентов, пенсионеров, которым не пошло на пользу корпоративное обучение.

РАЗДЕЛ 3

Онлайн-платформы

Какие российские платформы, школы онлайн-обучения Вы знаете?

4930 выборка*

* Из числа тех, кто знает об онлайн-образовании, исключены респонденты, которые выбрали ответ «ничего не знаю по этой теме»

Топ-3 известных платформы: Skillbox, Яндекс.Практикум, Skyeng



Skillbox, мобильное приложение Skillbox

Яндекс.Практикум

Skyeng, мобильное приложение Skyeng

GeekBrains, мобильное приложение Unigram

Нетология

GetCourse, мобильное приложение Chatium

EdMarket

Bizon365

Pruffme



ДРУГОЕ <1%

Учи.ру, МЭШ, Moodle, Ешко, Stepik, Microsoft Teams, ЯКласс, Skype, ВКонтакте, Coursera, Openedu.ru и др.

9% затруднились назвать какие-либо платформы или школы

СПЕЦИАЛИЗАЦИЯ ТОП ИЗВЕСТНЫХ ПЛАТФОРМ – ИТ И ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ, ЧТО ЯВЛЯЕТСЯ ОТРАЖЕНИЕМ ПОТРЕБНОСТЕЙ АУДИТОРИИ И ПРЕДЛОЖЕНИЙ НА РЫНКЕ.

22% среднее по всем объектам

СРЕДНЕЕ

22%

49%

46%

33%

19%

16%

12%

10%

9%

5%

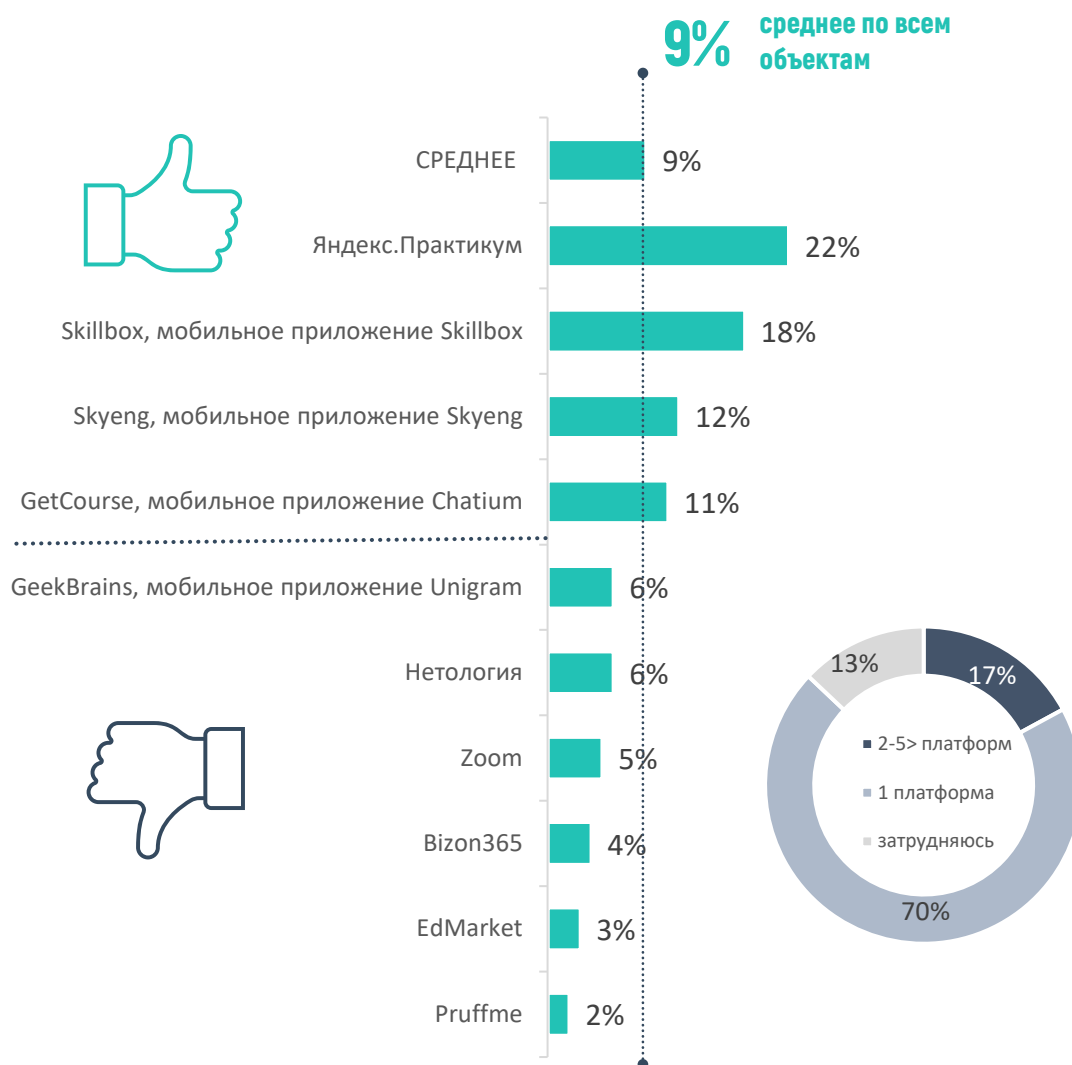
ИЗВЕСТНОСТЬ

На каких российских платформах Вы проходили онлайн-обучение?

3273 выборка*

* Вопрос задавался только тем респондентам, у которых есть опыт онлайн-обучения (сейчас, в последние полгода-год, больше года назад)

**Топ школ:
Яндекс. Практикум,
Skillbox, Skyeng,
GetCourse**



ДРУГОЕ
<1%

Фоксфорд, Openedu.ru, Ешко, Интуит, Coursera, Moodle, Stepik, Учи.ру, «Университет 20.35», Duolingo, Lingualeo, Mirapolis, Webinar.ru и др.

9%

называли в качестве платформ социальные сети, мессенджеры, приложения для видеосвязи (Instagram, ВКонтакте, Skype, Telegram, Microsoft Teams, Facebook, WhatsApp, Zoom и т. д.)

13%

затрудились назвать какие-либо платформы или школы



Топ школ

21%

**не идентифицируют
платформы**

70%

**учились только на одной
платформе**

ОБУЧЕНИЕ НА ОНЛАЙН- ПЛАТФОРМАХ

**Яндекс. Практикум,
Skillbox, Skyeng,
GetCourse**

Пятая часть слушателей не идентифицирует школы или платформы по названию: не помнят, затрудняются ответить или перечисляют социальные сети, приложения для видеосвязи (Zoom, Skype, Teams и т. д.)

Большую часть слушателей можно назвать неискушенными, так как, по их словам, они проходили обучение только на одной платформе. Лишь 17% пробовали разные варианты, и, как правило, знают 2-4 платформы. Число тех, кто имел опыт обучения больше, чем на 5-ти площадках, всего 10 человек.

РАЗДЕЛ 4

РЕЗЮМЕ



57%

поверхностные представления



42%

погружены в тему, хорошо разбираются

Что такое онлайн-образование?

С одной стороны, более половины опрошенных осведомлены об онлайн-образовании лишь в общих чертах, с другой – высока доля тех, кто глубоко погружен в тему. Подобный результат может являться следствием двух групп причин.

1) Отсутствует активная управляемая повестка по онлайн-образованию:

- ✓ Нет единообразной системы информирования.
- ✓ Нет лидера-гиганта, формирующего повестку.
- ✓ Наблюдается разрозненность участников рынка, «эффект калейдоскопа предложений».

2) При этом есть достаточно высокая мотивация для погружения в тему у тех, кто уже «в курсе»:

- ✓ Активно занимаются самообразованием студенты, фрилансеры, более открытые для онлайн-технологий.
- ✓ Люди с высшим образованием расположены к сфере Edtech не только в силу осознания необходимости постоянного развития, но и потому, что они уже умеют учиться и испытывают интерес к самому процессу получения знаний и умений.

Онлайн-образование – это ...

Тема онлайн-образования актуализирована, но у большей части населения (57%) представления поверхностные. При этом 42% считают себя «просвещенными» в этом вопросе.

Две трети респондентов говорили о том, что имеют опыт обучения онлайн. Но для большинства (61%) оно сегодня выступает лишь в качестве дополнения к традиционному образованию. Основные мотивы аудитории – прокачать навыки, восполнить пробелы в профессиональных знаниях. Нуждается в усилении установка о том, что «онлайн-обучение – это концентрация практических навыков». Сегодня с этим тезисом соглашаются 44%, против выступают 56% опрошенных.

Установка «за онлайн будущее» характерна преимущественно для молодого поколения, в перспективе именно они «вырастут» в платежеспособную и высококачественную аудиторию. Для них уже сейчас учиться онлайн так же естественно, как общаться – поколение blended learning.



Больше информации



Больше практики



**Будущее
обеспечено!**

Как правило, мужчины, респонденты старших возрастных групп, аудитория со средним специальным образованием.



Кто еще не знает об онлайн-образовании?



Что хотят от онлайн-образования?

Мотивация большинства слушателей (58% от числа тех, кто учился в последние полгода-год) базируется на желании повысить профессиональный уровень. При этом существенно число тех, кто нацелен на саморазвитие (35%). Можно предположить, что этот сегмент будет расти.

Возрастная группа 18-24 лет, студенты, фрилансеры входят в число активных пользователей курсов и высоко оценивают потенциал онлайн-образования.



Будущая аудитория?

- Онлайн-образование уступает традиционному по статусности итогового документа и получаемым практическим навыкам. Но по оценке уровня преподавателей уже не отличается от традиционного: личность учителя может стать дополнительным стимулом.
- Главные аргументы в пользу онлайн-образования: нет географических ограничений при выборе обучения (94%), это удобно (89% согласны с утверждением).



Как конкурировать с традиционным образованием?



Потенциальные ученики?

- 25% не учились, но хотят попробовать.
- Несмотря на то, что старшее поколение консервативно, каждый третий из группы 50+ хотел бы приобрести опыт обучения онлайн.

- 57% респондентов имеют поверхностные представления об онлайн-образовании.
- 70% от числа имеющих опыт обучения пробовали учиться только на одной платформе.
- 72% согласны с тем, что на онлайн-курсах слушатели не доходят до конца обучения.



Закрепить позиции

Идеальный курс

За последний год большая часть слушателей онлайн-курсов (39%) выбирали варианты продолжительностью от одной недели до месяца. Это совпадает с базовыми периодами в контексте классического «рабочего» сознания»: мы привыкли к рабочей или школьной неделе, рабочему месяцу.

Самые востребованные и популярные темы обучения: бизнес и финансы (14%), IT, анализ данных (11%). Платформы, которые специализируются на этих направлениях, попали в ТОП узнаваемых и используемых (Яндекс.Практикум, Skillbox).

Важную роль в онлайн-обучении играет наставник: две трети опрошенных отмечали, что за последний год выбирали форматы, где в той или иной мере их курировал преподаватель (занятия с преподавателем в группе или смешанный вариант). Среди тех, кто так учился, наблюдается меньший процент не закончивших обучение.

Цена имеет значение при выборе курса: установкой «это должно быть выгодно» руководствуются 66%. Этот фактор подталкивает аудиторию в пользу бесплатных занятий (43% от тех, кто учился за последний год). И, в отличие от тех, кто учился платно, в этой группе больше разочаровавшихся.



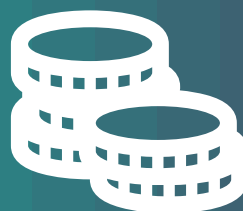
Неделя - месяц



Бизнес, IT



Тьютор



Цена вопроса

Что считать результатом?

«Получение диплома», завершение курса как цель, если не говорить о классическом высшем образовании, явно теряет свои позиции. К образованию появились другие запросы, требования. На первый план вышли новые возможности для потенциальных слушателей: удовольствие от процесса, изменение социального статуса, персональный нетворкинг (общение с другими студентами и установление полезных связей), освоение новых ниш для получения дохода и т. д. Аудитория осознает эти возможности и пользуется ими.

В данном контексте обращает на себя внимание факт: 65% от числа обучавшихся декларируют, что завершили обучение, хотя высока вероятность того, что опрашиваемые дают социально приемлемые ответы, либо убеждены – «получили что хотели».

Результатом обучения можно считать, во-первых, уже сам факт прохождения обучения, во-вторых, получение знаний и навыков, в-третьих – субъективное чувство роста и выхода на новый уровень. При столь высоком уровне удовлетворенности (92%) можно констатировать, что сама планка запросов максимально приближена к реальности, нет обманутых ожиданий. Это один из показателей «здоровья» рыночного сегмента онлайн-образования.



Принцип финализации



Результат обучения

Эффект «калейдоскопа предложений»

На основании ответов на вопрос: «Назовите, пожалуйста, название школы, курса или автора курса, который Вы посещали последним» можно делать вывод о том, что представления об онлайн-образовании эклектичны, построены по принципу калейдоскопа.

Потенциал

С одной стороны, рост конкуренции и рост качества

Под каждый, даже самый необычный нестандартный запрос, найдется предложение

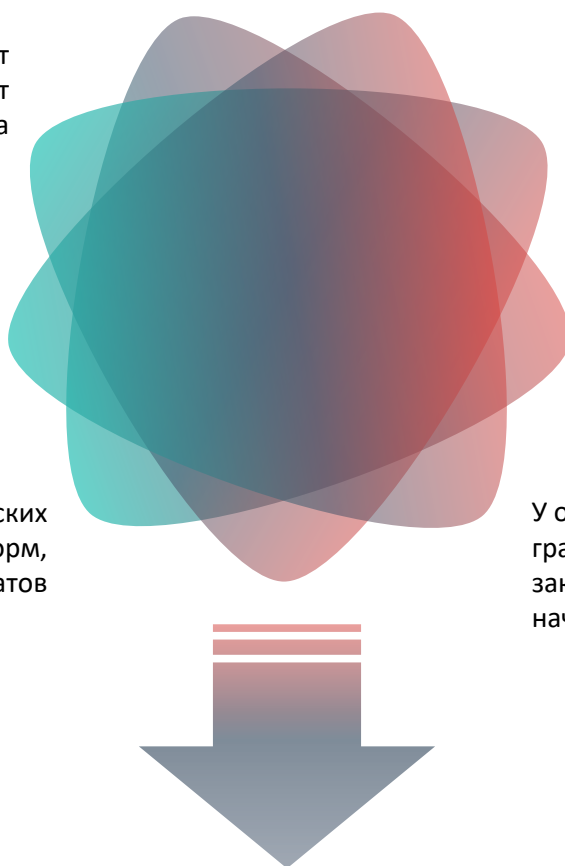
Разнообразие технических возможностей, платформ, сервисов, форматов

Угрозы

С другой стороны, обилие предложений вводит в когнитивный диссонанс

Чтобы принять правильное для себя решение, необходимо прослушать десятки пробных бесплатных вариантов

У онлайн-образования нет границ: неизвестно, где заканчивается промо и начинается курс



«Эффект калейдоскопа» размывает концепт онлайн-образования. Нет четких представлений → нет четких ожиданий → нет устойчивых моделей предпочтений

Типы учеников

Активные пользователи

Группы, которые проявляют себя самыми активными потребителями образовательных онлайн-продуктов:

- студенты («Вечный двигатель» онлайн-образования);
- женщины в возрасте 25-30 лет («Активистки»);
- люди с высшим образованием или ученой степенью («Почти профессор»).



Слабо вовлеченные

Группы, которые показали невысокую заинтересованность в онлайн-образовании или даже полное неприятие его как формы обучения в силу устойчивых стереотипов:

- посетители однодневных курсов («Случайные гости»);
- открытые к экспериментам люди старшего возраста («50 – это новые 30»);
- разочаровавшиеся или отказывающиеся попробовать («Убежденные противники»).

Аудитория в возрасте 18-24 лет, студенты, с неполным высшим образованием, хотят получить практические навыки, обрели привычку к «дистанционке», ведут «жизнь онлайн».



Вечный двигатель



Активистки

Молодые женщины (25-30 лет), нацеленные на совершенствование в профессии или получение новых навыков, в том числе потребители хобби-курсов. Имеют позитивный опыт онлайн-образования, глубоко погружены в тему.

Аудитория с несколькими высшими образованиями, умеют и любят учиться, готовы потреблять много образовательных продуктов.

Четко понимают цели, сознательно подходят к выбору, и, соответственно, редко разочаровываются.



Почти профессор

Аудитория однодневных, как правило, бесплатных семинаров. Не ставят конкретных задач и целей, посещают занятия из любопытства, слабо мотивированы на продолжение обучения. Часто разочаровываются, потенциал онлайн-образования оценивают невысоко.



Случайные



50 – это новые 30

Мужская аудитория в возрасте 50 лет и старше является зоной роста для рынка Edtech – ее потребности и задачи предстоит изучить, но уже сейчас в социуме пересматривается само явление «пенсии»: увеличивается срок активной профессиональной и творческой жизни. Активность 50-летних в будущем будет схожа с активностью сегодняшних 30-летних.

Мужчины, пенсионеры, со средним специальным образованием, низко оценивают потенциал онлайн-образования, в том числе в силу небольшого (ситуативного) опыта.



**Убежденные
противники**

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!

