

## ГЛОБАЛЬНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЕЛЕКТРОННОГО НАВЧАННЯ GLOBAL MARKET TRENDS OF E-LEARNING

Татомир І.Л.

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки,  
Дрогобицький державний педагогічний університет  
імені Івана Франка

*У статті розглянуто основні тенденції розвитку ринку електронного навчання. З'ясовано зміни, які зазнав ринок мобільного навчання та система корпоративної освіти. Показано, яку роль відіграють масові відкриті онлайн-курси в організації системи дистанційного навчання та визначено шляхи монетизації пропонувананих ними послуг.*

**Ключові слова:** ринок електронного навчання, освітні стартапи, масові відкриті онлайн-курси, корпоративний університет, мобільні технології навчання.

*В статье рассмотрены основные тенденции развития рынка электронного обучения. Выяснено изменения, которые претерпел рынок мобильного обучения и система корпоративного обучения. Показано, какую роль играют массовые открытые онлайн-курсы в организации системы дистанционного обучения и определены пути монетизации предлагаемых ими услуг.*

**Ключевые слова:** рынок электронного обучения, образовательные стартапы, массовые открытые онлайн-курсы, корпоративный университет, мобильные технологии обучения.

*The article describes the main market trends eLearning found out the changes undergone mobile market training and corporate education system. Showing the role played massive open online course in the organization of distance learning and the ways to monetize the services they offer.*

**Keywords:** market e-learning, educational start-ups, massive open online course, corporate university and mobile learning technologies.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Чимало дебатів точаться навколо доцільності та подальших перспектив розвитку ринку електронного навчання, яке зумовило низку позитивних для освітнього поля процесів. Мова йде про відкритість, доступність та безкоштовність освітнього контенту широкій аудиторії споживачів шляхом зростання кількості освітніх онлайн-сервісів – онлайн-конструкторів уроків, сервісів для організації вебінарів (веб-семінарів), комп'ютерних відеозанять, каталогів освітніх веб-ресурсів тощо.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання цієї проблеми і на які спирається автор.** Аналіз останніх досліджень і публікацій з цієї тематики свідчить про розбіжність у поглядах економістів та аналітиків щодо доцільності розвитку ринку електронного навчання. Незважаючи на той факт, що в 2011 р. більше ніж 320 000 американських школярів відвідали віртуальні школи, а в 2015 р. їх число перевищило позначку 17,3 млн осіб, які хоча б один предмет вивчали онлайн, є й певна кількість противників розвитку E-learning

у світі [21]. Так, перший викладач онлайн-курсу в Канаді в 2008 р. Дж. Сіменс назвав їх тіньовою економікою освіти, яка функціонує паралельно з формальною освітою. Деяко схлжих позицій дотримується Т. Іглтон. На думку британського вченого [18], сучасні університети все більше перетворюються на бізнес проекти, викладачі – на менеджерів, а студенти – на споживачів, що приводить до того, що університети починають потурати інтересам споживачів у конкуренції за студента, що поступово веде до повільної «смерті» класичних університетів.

Певний скептицизм прослідковується й серед значної частини українських науковців, які вважають, що отримання знань з Інтернету навряд чи можна розглядати як альтернативу повноцінній вищій освіті – це лише поштовх, напрям у розвитку. У цій ситуації довгострокові вузівські загальнодоступні онлайн-програми мають всі шанси витіснити з ринку освітніх послуг низькопробні комерційні курси. Це, перш за все, пов'язано з недовірою наукової спільноти до якості пропонованого мережею освітнього сервісу. Як резюмує з цього приводу С. Примаченко: «Приєднання провідних вузів до програм безкоштовного навчання

остаточно поставить крапку в питанні про те, на скільки це серйозно» [9].

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми,** яким присвячується зазначена стаття. Незважаючи на значну кількість публікацій з цієї проблематики, чимало проблем залишаються не до кінця дослідженими. Мова йде про використання можливостей ринку електронного навчання з урахуванням розвитку всіх його сегментів, які сьогодні динамічно розвиваються.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Мета статті – розглянути основні тенденції розвитку ринку електронного навчання, з'ясувати зміни, які зазнав ринок мобільного навчання та система корпоративної освіти, дослідити, яку роль відіграють масові відкриті онлайн-курси в організації системи дистанційного навчання та визначити шляхи монетизації пропонувананих ними послуг.

**Виклад основного матеріалу дослідження** з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Структура міжнародного ринку електронного навчання складається з великих і нішевих гравців та охоплює три основні сегменти – ринок мобільного навчання, корпоративне навчання та масові відкриті онлайн-курси (МВОК).

З того часу, як американська компанія Apple в Сан-Франциско представила iPhone 3G й анонсувала відкриття App Store – платформи, яка дає змогу скачувати мобільні програми, телефони перестали бути лише засобом комунікації, вони перетворилися в розумні гаджети. У їх переліку для скачування програм появились

освітні додатки, які дають користувачеві знання з іноземних мов, математики, історії, програмування тощо. Такі новації не залишилися поза увагою світової спільноти.

Перші системи мобільного навчання студентів були розроблені в 90-х рр. у багатьох університетах Європи та Азії. Флагманом ринку стала корпорація Palm Education Pioneers. У 2002 р. у Канаді було створено Консорціум мобільного навчання, а в Австралії державний стандарт на мобільне навчання. У 2004 р. корпорацією Intel розпочато проект «Навчання завжди та всюди», метою якого стало надання кожному учневі персонального доступу до мобільних комп'ютерних пристроїв та забезпечення безпроводного зв'язку в школах. У 2011 р. ЮНЕСКО разом із фінською компанією Nokia провели перший в історії «Тиждень мобільного навчання», який став щорічною подією глобального масштабу. Проведене в 2014 р. спеціалістами ЮНЕСКО дослідження підтвердило, що поширення недорогих мобільних засобів зв'язку суттєво збільшує кількість людей, які читають книги. Було зафіксовано, що за допомогою мобільного телефону близько 6 млрд людей мають змогу отримати доступ до нових знань [13].

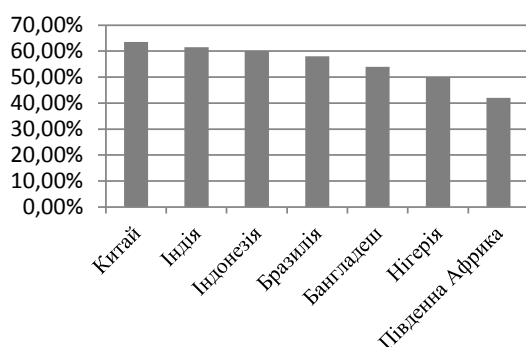
Так, одна з країн Південної Азії з метою підвищення кваліфікації вчителів іноземних мов запустила в 2015 р. програму «Англійська мова в дії». Навчання за допомогою портативних мультимедійних пристроїв дало змогу покращити рівень володіння мовою 475 викладачам. Цьому сприяли онлайн-трансляції закордонних колег.

Таблиця 1

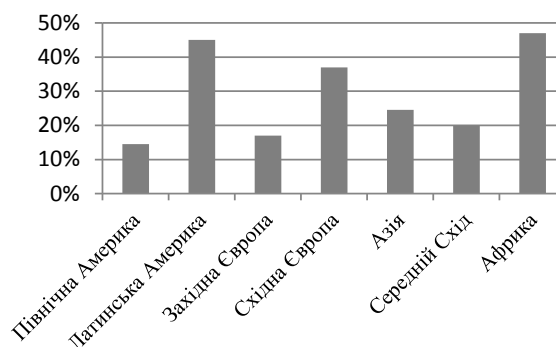
**Середній розмір доходу розробників мобільних додатків [19]**

Показник / компанія	Google	Apple	Microsoft
Кількість користувачів (млн осіб)	900	600	12
Кількість додатків (тис. шт)	800	1 250	160
Кількість розробників (тис. осіб)	150	235	45
Кількість завантажень додатків (млрд разів)	48	50	65
Дохід розробників (млн дол.)	900	5 000	100

**Темпи зростання за країнам**



**Темпи зростання за регіонам**



**Рис. 1. Темпи зростання на ринку послуг і засобів мобільного навчання за регіонами та країнами за період 2010–2015 рр. [14]**

Збільшення попиту на компактний формат навчання привело до створення й запуску освітніх стартапів, таких як «Університет в кишені» (який згодом отримав назву «Мій університет»), «Навчання на льоту», «Клас, який завжди з тобою». Спектр пропонованих ними освітніх продуктів характеризується величезним асортиментом, який охоплює десятки тисяч додатків, курсів та сервісів для управління освітнім контентом.

Найбільш поширеними навчальними технологіями 2014 р. визнано: систему управління навчання LMS, систему управління контентом навчання, мобільні додатки та подкастинг. Експерти ринку мобільного навчання орієнтовно налічують 2,3 млн осіб, які займаються розробкою мобільних додатків. У 2013 р. компанія Apple під час WorldWide Developer Conference заявила про те, що в AppStore опубліковано 1,25 млн додатків, які користувачі скачали 50 млрд разів, а розробники отримали дохід у розмірі 5 млрд дол. США (див. табл. 1).

Світовий ринок мобільних продуктів і послуг навчання досяг 5,3 млрд дол. США в 2012 р. У сукупних темпах річного зростання у 18,2% протягом наступних п'яти років його обсяг у 2015 р. становив 8,7 млрд дол. США і має, згідно з прогнозами економістів, потенціал, щоб у 2019 р. сягнути позначки 14,2 млрд дол. США. Очікується, що топ-покупцями мобільних продуктів і послуг навчання в 2019 році б. Китай, США, Індонезія, Індія та Бразилія [10].

Окремий сегмент ринку E-Learning становить система корпоративного навчання. У її розвитку

першочергово зацікавлені великі компанії, які проводять регулярне навчання своїх співробітників у філіях. Роблячи вибір на користь неперервного навчання управлінського та виробничого персоналу чимало транснаціональних корпорацій виступають у ролі меценатів, інвестуючи в загальний професійний ріст ринку. Прикладом таких інвесторів є найбільша у світі напівпровідникова компанія Intel, яка робить щорічні інвестиції у розмірі 100 млн дол. США на підтримку освітньої сфери, стимулюючи тим самим підготовку кваліфікованих кадрів інформаційно-телекомунікаційного сектора економіки.

Носіями корпоративної освіти є бізнес-школи, які спеціалізувались на навчанні вузькопрофільним спеціальностям шляхом проведення семінарів, навчальних курсів та вебінарів. Першою у створенні корпоративного університету була компанія McDonalds, яка в 1961 р. заснувала Gamburger University. Потреба в його створенні була зумовлена необхідністю підготувати кадри таким чином, щоб споживачі, які користуються послугами компанії у різних країнах світу, могли отримувати будь-де задовільний сервіс. Згодом власні корпоративні університети заснували такі імениті глобальні компанії, як Disney University, Motorola, Procter&Gamble, Coca-Cola, General Electric та ін. Чимало з них функціонують як незалежні бізнес-одиниці компаній, пропонуючи певний набір освітніх послуг іншим компаніям, які працюють на ринку. Наприклад, корпоративний університет компанії Motorola таким чином щорічно поповнює 25% свого бюджету.

Таблиця 2

### Корпоративні університети провідних компаній світу

Провідні компанії	Корпоративне навчання
Автомобільний концерн <b>Ford</b>	Створений у 2004 р. портал дистанційного навчання дав змогу зекономити компанії більш ніж 17 млн дол. США. У електронній бібліотеці ресурсу Ford Learning Network міститься 1,5 тис. інтерактивних навчальних курсів, 1,9 тис. електронних книг, сотні періодичних видань та внутрішньо корпоративна інформація. За допомогою portalу понад 300 тис. працівників компанії в усьому світі мають змогу підвищувати кваліфікацію
<b>International Business Machines Corporation</b> – американська електронна корпорація, один із найбільших провайдерів глобальних інформаційних мереж	Найбільшим КУ вважається підрозділ IBM-Global Learning. У його складі понад 3 400 викладачів, які працюють в 55 країнах, де вони читають 10 000 спеціалізованих курсів. В університеті IBM вже пройшли перепідготовку 126 000 співробітників компанії
<b>Motorola</b> – один зі світових лідерів в галузі інтегрованих телекомунікацій та вбудованих електронних систем	Річний бюджет корпоративного університету компанії становить 100 млн дол. США. Він містить 99 підрозділів, які розміщені в 21 із постійним штатом працюючих із 400 працівників. Університет складається з 4 великих відділень, які прив'язані до основних регіонів: Європи, Близького Сходу, Африки, Азії, Тихоокеанського регіону, Канади, Латинської Америки та Північної Америки
<b>General Electric</b> – американська багатогалузева корпорація, найбільший у світі виробник багатьох видів техніки	Щорічно компанія інвестує близько 1 млрд дол. США в тренінгові та освітні програми для своїх працівників та 3,3 млрд дол. США в R&D. У цілому за різними програмами навчання GE навчається понад 100 000 працівників. Основним центром підготовки є Інститут розвитку менеджменту GE (нині центр лідерства Джека Уелча), який вважається першою корпоративною бізнес-школою у світі

Джерело: побудовано автором на основі [6; 7, с. 57; 11]

Все більш привабливими й для більшості підприємств стають мобільні додатки, оскільки створюють можливості для підвищення ефективності андрагогічних навчальних програм та безперервної освіти. Великим корпораціям зручно навчати своїх працівників за допомогою сучасних технологій, а не витратити робочий час на класичні семінари та лекції.

Провідні компанії вже продемонстрували ефективність мобільного навчання, зокрема:

1. Accenture створила програму uPodcast, яка дає лідерам та експертам у різних сферах змогу обмінюватися знаннями при мінімальних інвестиціях коштів. На сьогодні було створено більше 180 подкастів і понад 20 000 працівників (11% загальної кількості) отримали до них доступ.

2. Coca-Cola створила гру з використанням альтернативної реальності, яка поєднує соціальні та мобільні технології, у тому числі GPS та смартфони. Її мета – співпраця та конкурентне рішення проблем на рівні команди. Крім того, гра допомагає зрозуміти, яким чином молоде покоління використовує технології Web 2.0 [12].

Респонденти з 529 західних підприємств, на яких у 2015 р. проводилося компанією Docebo, дослідження [20] оцінили перспективи зростання у своїх організаціях різних форм та інструментів навчання так: використання електронного навчання зростатиме на 59% підприємств, використання змішаного навчання зросте на 40%, застосування віртуальних навчальних курсів та вебінарів поширюватиметься на 36% підприємств, навчання на основі мобільних пристроїв – на 25%, масові відкриті онлайн-курси використовуватимуться на 13% (тоді як 12% підприємств планують відмовитися від такої практики), гейміфіковане навчання використовуватимуть 11% підприємств (планують відмовитися – 11%).

Якщо проаналізувати динаміку розвитку ринку електронного навчання за регіонами світу, то можна побачити, що лідерські позиції за кількістю компаній-споживачів отримують Північна Америка та країни Азії (див. табл. 3).

До чинників, які передували інтенсифікації процесів корпоративного навчання форсайт-прогнози, належать такі:

- підвищення зацікавленості інноваціями в освіті;
- зростання потреби в отриманні «швидких» знань та індивідуалізації навчального процесу;
- кооперація та обмін досвідом між компаніями, що зростає;
- реалізація нової бізнес-ініціативи;
- збереження кращих культурних цінностей, традицій та ідеології;
- з'явлення спеціалізації й поява нових професій;
- збільшення кількості людей з підвищеною самомотивацією до навчання;
- використання нових методів донесення інформації.

Світова спільнота провідних експертів й фахівців у сфері освіти та інформаційних технологій визнає за онлайн-освітою майбутнє. Такий висновок було зроблено під час круглого столу з питань дистанційної освіти в Давосі (січень 2013 р.). Чимало ВНЗ світу визнали дистанційне навчання стратегією поступального розвитку й використовують освітні платформи як засіб поширення власного контенту. Так, наприклад, за спільної ініціативи Массачусетського технологічного інституту та Гарвардського університету в травні 2012 р. була впроваджена EdX – платформа масових відкритих інтерактивних безкоштовних курсів, яка охопила широку аудиторію слухачів з усього світу. Щороку цей проєкт долучає велику кількість навчальних закладів. Станом на 2014 р. їх налічувалось 25.

Згідно з даними дослідження Deloitte, лише в США ринок корпоративного навчання оцінюється в 70 млрд дол. США. [3]. Зацікавленість системою онлайн-навчання спонукає постачальників дистанційних курсів об'єднуватися з великими компаніями для підвищення професійного рівня їх працівників. До цих компаній входять такі гіганти, як AT&T, Accenture, Microsoft. Саме тому найбільші університети світового рівня – Columbia, Harvard Wharton – доповнюють власні програми бізнес-освіти онлайн-курсами, щоб не втратити свою частку на ринку.

Лідером у ніші постачальників МВОК є Coursera, масштаб аудиторії якої станом на початок 2016 р. перевищив позначку в 17 млн

Таблиця 3

**Динаміка розвитку ринку електронного навчання за регіонами світу [2]**

	2013	2016
<b>Усього компаній-споживачів</b>	40 605	51 172
Північна Америка	23 800	27 100
Західна Європа	6 800	8 100
Східна Європа	729	1 200
Азія	7 100	11 500
Середній Схід	443	560
Африка	333	512
Латинська Америка	1 400	2 200

Таблиця 4

Топові світові ресурси у сфері онлайн-освіти

Назва	Кількість зареєстрованих слухачів, млн осіб	Кількість доступних курсів, од.	Географія користувачів	Інвестиції, млн дол. США	Провідні інвестори	Партнери
Coursera (2012)	Понад 17 млн	Понад 1 500 курсів від більше ніж 60 університетів з Північної Америки, Європи, Азії та Австралії в 22 категоріях знань на 22 мовах	Понад 25% зареєстрованих осіб становлять громадяни США, решта – громадяни з 190 країн, в основному з Канади, Великої Британії та ін.	> 146	New Enterprise Associates, Kleiner Perkins Caufield & Byers, International Finance Corporation, Times Internet Ltd.	Понад 130 академічних інституцій, зокрема: Йельський університет, Університет Джона Хопкінса, Єдинбургський університет, Пекінський університет та ін., а також компанії Google, Instagram, BNY Mellon, Qualcomm і Cisco
EdX (2012)	Понад 10 млн	Більше ніж 800 курсів від 114 університетів усього світу в 28 категоріях знань	Слухачі з усього світу	> 85	Andreessen Horowitz, Гарвардський і Массачусетський технологічний інституту	Гарвард, університети Кіото, Торонто, Бомбею, Пекіну, Сеулу та ін.
Udacity (2012)	Понад 3 млн	Курси в 24 категоріях знань, більшість з яких стосуються комп'ютерних наук, математики, фізики, психології та підприємництва	В основному це мешканці США, Індії, Великобританії, Німеччини – в цілому з 204 країн світу	> 105	Charles River Ventures, Andreessen Horowitz, Google, Facebook, Bertelsmann	Університет Сан-Хосе (Каліфорнія), Google, Bank of America, Facebook та ін. компанії
Udemy (2010)	Понад 11 млн	Понад 40 000 курсів різного спрямування, які ведуть викладачі-фрілансери	Користувачі з 190 країн, які цікавляться питаннями самоосвіти, працівники IT-компаній та ін.	> 113	Norwest Venture Partners, Insight Venture Partners, MHS Capital	Stripes Group, Norwest Venture Partners, Insight Venture Partners, Lightbank, MHS Capital, Learn Capital
Lynda (1995)	Понад 4 млн	Понад 4 000 курсів та 15 000 навчальних відео	Сервіс, доступний усім користувачам за умови підписки, яка дає змогу для перегляду курсів без обмежень. В основному це жителі США, Східної та Західної Європи	> 120	Accel Partners, Spectrum Equity, Meritech Capital Partners	В основному коледжі та університети США, у тому числі Ліга Плюща, компанії Disney, Time Warner, Sony, Pixar, ABC і HBO
Khan Academy (2006)	Понад 25 млн	Понад 4 000 міні-лекцій, які перекладені понад 23 мовами	Жителі із 190 країн, зокрема, Північної Африки, Середнього та Близького Сходу, США. В основному це школярі та студенти	> 100	Google та Фонд Білла і Мелінди Гейтс, фонд Carlos Slim Foundation, AT&T Inc	
MIT OpenCourseWare (2002)	Понад 53 млн	Понад 2 300 курсів	Жителі США, Китаю, Індії. У регіонах Африки та Азії, де доступ до Інтернету утруднений, створено понад 200 дзеркал сайту OCW	> 150	Фонд Hewlett Foundation і Mellon Foundation	Каліфорнійський університет в Берклі, Токійський університет, Мічиганський університет, Університети штатів Арізона, Мічигану та ін.

Джерело: побудовано автором на основі [1; 4; 15; 20]

користувачів завдяки створенню онлайн-курсів із різних навчальних предметів разом із провідними вищими начальними закладами світу та бізнес-курсів у партнерстві з гігантами технологічної індустрії Instagram та Snapdeal (див. табл. 4). Це сприяло залученню більш як 146 млн інвестицій. Така освітня платформа налічує декілька десятків Глобальних навчальних центрів у різних країнах світу. Її сертифікати все більше беруться до уваги роботодавцями під час приймання на роботу чи зарахування кредитів освітніми установами.

Ще однією онлайн платформою, яка була створена з метою віртуалізації та демократизації освіти, є Udacity. Вона дещо поступається в рейтингових позиціях за кількістю користувачів, що отримали доступ до освітніх продуктів, розроблених спільно з Google, Facebook, а також з фінансовою компанією Capital One. На весні 2013 р. Udacity у співпраці з Georgia Tech і AT&T запустила магістерську програму, яка дає можливість отримати акредитовану ступінь майстра з Computer Science.

Значний революційний прорив у розвитку освіти зробила Академія Салман Хана. Це некомерційний освітній ресурс, який пропонує альтернативні рішення в освіті. Мова йде про використання короткотермінових уроків тривалістю не більше ніж 5–15 хвилин із великої кількості предметів у різних галузях знань, які затребовані різносторонню аудиторією як за віком, так і професійною належністю. «Велика школа світу», як сьогодні по праву називають Академію, налічує мільйони учнів. Креативний підхід до справи дав Академії змогу зайняти першість у рейтингових позиціях випередивши безкоштовні онлайн-курси MIT, Берклі, Єльського університету та інших.

Чимало стартапів, таких як Udemy, Udacity, Coursera, Creative Live, Code Academy, Skillshare, Grovo, та авторитетні організації, які спеціалізуються на навчання в IT-сфері (Lynda.com, Cisco Networking Academy і Microsoft IT Academy), пропонують додатки для дистанційного навчання з використанням браузерів та мобільних пристроїв.

Найбільшим попитом користуються проекти, за допомогою яких споживачі мають можливість отримати конкретні навички, які згодом можна буде вдало конвертувати в дохід. Наприклад, це можуть бути онлайн-курси, де навчають програмуванню, курси з інтернет-маркетингу, створенню мобільних додатків та інтернет-магазинів тощо.

Фінансове утримання більшості впливових освітніх платформ здійснюється за допомогою корпоративної філантропії. Згідно з даними венчурного фонду GSV Capital, в освітні стартапи за останні десятиліття було вкладено 3,4 млрд дол. США. За 2015 р. обсяг інвестицій в освітні стартапи США становив 1,85 млрд дол. США. Згідно з даними журналу EdSurge [17], в

минуло році було підписано 198 угод: 537 млн інвестицій витрачено на розвиток сервісів для школи, 711 – отримали компанії, які спрямовані на розвиток вищої освіти, решта – були інвестовані в освіту дорослих та корпоративне навчання.

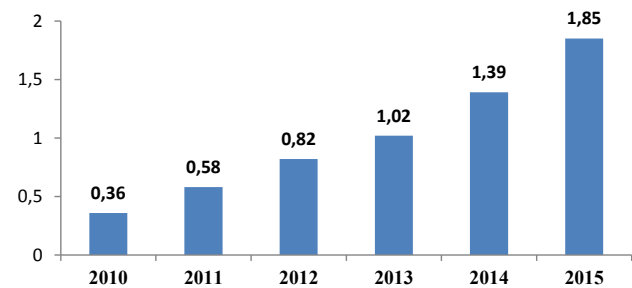


Рис. 2. Рівень фінансування освітніх стартапів у США, млрд

Опубліковані інвестиційною компанією Edukwest дані про обсяги європейських інвестицій в освітні технології засвідчать про те, що в 2015 р. спостерігалася тенденція подвоєння інвестиційних асигнувань порівняно з попередніми роками. Середній обсяг інвестицій перевищив позначку в 1,5 млн євро [8]. Найбільш затребуваними виявились проекти, пов'язані з додатковою, вищою освітою та вивченням іноземних мов. Чимало провідних компаній у сфері технологічної індустрії готові фінансувати освітні стартапи, які спрямовані на підтримку школярів з низькою успішністю та дітей з неблагополучних сімей.

Однак не всі з них функціонують лише завдяки спонсорській підтримці. Більшість (Coursera та University of Michigan, Udacity та ін.) застосовують власні моделі монетизації, які передбачають:

1. Плату за тестування й верифікацію студентів у сертифікаційних центрах та отриманні сертифікатів про закінчення курсу. У перші місяці роботи завдяки такій бізнес-моделі Coursera отримали дохід у розмірі 1 млн дол. США від продажу сертифікатів вартістю у 30–100 дол. США.

2. Продаж інформації про успішність студентів та пройдені ними курси безпосередньо потенційним роботодавцям та рекрутинговим агентствам. Так, понад 350 компаній світу співпрацюють з Coursera і Udacity для виявлення кращих студентів – потенційних кандидатів на відповідні робочі місця. Компанія Google вже зареєструвала 80 000 своїх співробітників в Udacity HTML5.

3. Оцінювання за окрему плату від освітніх установ чи роботодавців компетенцій студентів.

4. Плату підприємців за проведення власних курсів-тренінгів. Розробкою курсів на замовлення для великих компаній займається edX, оціночна розробниками вартість однієї освітньої програми коливається в межах 250 тис. дол. США.

5. Отримання коштів за індивідуальне репетиторство та консультування.

6. Дохід від ліцензування навчальної платформи чи її продажу роботодавцям або іншим освітнім установам.

7. Плату за навчання, яка знімається після безкоштовного пробного періоду з метою отримання повного доступу до курсу та навчальних матеріалів.

8. Платне оцінювання виконаних завдань тощо.

9. Надання додаткових послуг навчання та пропонування кредитних варіантів за додаткову плату. Мова йде про формування партнерських відносин між вищими навчальними закладами та компаніями-інвесторами, які готові оплати навчання потрібних їм працівників. При цьому студенти завершують свої онлайн-програми на тому самому рівні, що й традиційні студенти, отримуючи відповідні дипломи.

Монетизувати власний досвід мають змогу й окремі фізичні особи, які виступають у ролі викладачів, зареєструвавшись у проектах як інструктори. Наприклад, у грудні 2016 р. в проекті Udemy їх налічувалось 19 тис.

Тенденція останніх років показала, що лідерство в рейтингу офлайн-університетів утримують американські ВНЗ. Сьогодні 22 із 25 їх топових університетів (серед яких Гарвард, Стенфорд, Єль, Принстон та ін.), визнаних журналом «US News and World Report», зробили заяву про можливість подальшого використання курсів для різної категорії споживачів на безоплатній основі.

Неоднаковим є ставлення урядів держав до розвитку онлайн-освіти. Виокремлюється певна група країн, які необґрунтовано обмежують ринок онлайн-освіти, висуваючи завищені вимоги до її якості. З метою пропагування влас-

ного освітнього продукту китайське міністерство освіти не допускає на внутрішній ринок освітні онлайн-програми іноземного походження. Міністерство освіти Ефіопії починаючи з 2010 р. ввело заборону на всі види дистанційного навчання в країні, згодом скасувавши її зі збереженням багатьох обмежень.

Однак виокремлюється й інша група країн, які з метою підтримки онлайн-навчання запроваджують пілотні та державні програми його розвитку. Бюджетне фінансування власного віртуального університету ESAD, який пропонує безкоштовні студентські курси для громадян країни, проводить уряд Мексики. У квітні 2011 р. у Малайзії було запущено національний портал онлайн-освіта. У кожній з 425 шкіл ОАЕ ведеться онлайн-навчання. У 2012 р. у Таїланді відповідно до освітньої програми уряду кожного учневі 1–6 класів було видано по планшету, забезпечивши ними понад 5 млн школярів та надано 5 млн старшокласників нетбуками [5].

Однією з передових країн у технологічній оснащеності та розвитку ринку e-learning є Корея. У цій країні уряд, Міністерство праці Кореї, Міністерство економіки знань Кореї, Міністерство освіти Кореї беруть активну участь у розвитку e-learning. У країні працює 19 кібер-університетів, а в традиційних школах e-learning поширений на 76,8%. Електронне навчання в Кореї сьогодні становить частину економіки країни і є повноцінним бізнесом, що приніс у 2009 р. дохід більше ніж 2 млрд дол. США. За підтримки ЮНЕСКО у Кореї реалізована загальнонаціональна система навчання Cyber Home Learning System, за допомогою якої учні отримують середню освіту в домашніх умовах [16].

**Висновки** з цього дослідження і перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Отже,

Таблиця 5

**Вигоди від розвитку E-learning та використання МВОК**

Споживачі освітніх послуг	Навчальні заклади	Держава	Комерційні організації
<ul style="list-style-type: none"> <li>– можливість у майбутньому отримати фінансову вигоду;</li> <li>– особистісний та професійний розвиток;</li> <li>– зручність;</li> <li>– новий досвід навчання;</li> <li>– можливість всебічному обміні думками;</li> <li>– гнучкість, будь-якого курсу, що дає споживачеві можливість працювати в зручний для нього час;</li> <li>– відсутність потреби бути студентом навчального закладу, який пропонує онлайн-курс</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– формування освітніх бізнес-моделей, які сприяють розміщенню й продажу власних навчальних продуктів;</li> <li>– відкриті онлайн-сервіси сприяють долученню більшої кількості користувачів;</li> <li>– можливість позиціонування навчального закладу на міжнародній освітній арені; – перевагою є те, що МВОК розраховані на широку аудиторію споживачів від студента до людей старшого покоління</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– сприяють у вирішенні питань, пов'язаних з фінансовими асигнуваннями у вищу освіту;</li> <li>– дають змогу знизити вартість освітніх послуг;</li> <li>– створюють можливість для масифікації освіти та вирішують проблеми віддаленості окремих територій від освітніх центрів</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– можливість вийти на ринок вищої освіти шляхом партнерства з наявними компаніями, наприклад, Udacity об'єдналася з Google, NVIDIA, Microsoft, Autodesk, Cadence, Wolfram для того, щоб створити нові курси та мобільні додатки, гру HTML5</li> </ul>

ринок електронного навчання розвивається досить динамічно. Суттєво зросла довіра з боку різних категорій споживачів та урядів держав до нетрадиційних форматів отримання знань, які користуються небувалим попитом завдяки

доступності та низькій вартості. Перспективи подальших досліджень необхідно пов'язати з вивченням національних особливостей розвитку ринку електронного навчання та можливостями його адаптації до закордонної практики.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Coursera привлек 49,5 млн дол. с целью экспансии в Латинской Америке, Китае и Индии [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://inventure.com.ua/news/world/coursera-privlek-dollar49.5-mln-s-celyu-ekspansii-v-latinskoj-amerike-kitae-i-indii>.
2. Docebo: Тренды и прогноз по рынку электронного обучения 2014–2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://smart-edu.com/docebo-e-learning-forecast-2014-2016.html>.
3. Абрамов Д. Подключены к знаниям: как онлайн-образование пытается стать отраслью / Д. Абрамов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rbc.ru/opinions/society/13/11/2015/5645e72e9a794728842e4c7b>.
4. Головні тренди в освіті 2016 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://eduget.com/news/golovni\\_trendi\\_v\\_osviti\\_2016-819](http://eduget.com/news/golovni_trendi_v_osviti_2016-819).
5. Государственные программы развития онлайн-обучения [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uzluga.ru>.
6. Громова Т. Корпоративные университеты: интервью для портала Training.com.ua / Т. Громова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://8line.com.ua/ru/articles/korporativnye-universitety-tatjana-gromova.html>.
7. Дмитриева И. E-learning – тренды и практика / И. Дмитриева, Ю. Михеев // Бизнес-издание. – 2010. – № 1. – С. 54–58.
8. Коваль М. Инвестиции в образовательные стартапы Европы / М. Коваль [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://imena.ua/blog/edukwest-investment>.
9. Вчитися за дарма. В Україні стрімко стають популярними онлайн-курси // Кореспондент. – 2015. – № 8. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ua.korrespondent.net/ukraine/events/3488959-korrespondent-vchytysia-zadarma-v-ukraini-strimko-staiut-populiarnymu-onlain-kursy>.
10. Кухаренко В. Тенденції розвитку електронної освіти у 2015 р. / В. Кухаренко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://education-ua.org/ru/analytics/438-tendentsiji-rozvitku-elektronnoji-osviti-v-2015-r>.
11. Лучшие практики корпоративного обучения: General Electric [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://trends.skolkovo.ru/2013/07/general-electric>.
12. Мобільне навчання стає дедалі більш популярним [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://management.com.ua/news/?id=1329>.
13. Образование в кармане [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://eurasiancenter.ru/eduperspectives/20150310/1004010739.html>.
14. Ambient Insight Comprehensive Report «The Worldwide Market for Mobile Learning Products and Services: 2010-2015 Forecast and Analysis» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ambientinsight.com/Resources/Documents/Ambient-Insight-2010-2015-Worldwide-Mobile-Learning-Market-Forecast-Executive-Overview.pdf>.
15. Wexler E. The 10 Ed-Tech Companies That Are Raising the Most Money / E. Wexler. – October. – 2015. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://chronicle.com/article/The-10-Ed-Tech-Companies-That/233979>.
16. Virtual universities and transnational education [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unesco.org>.
17. Christmas Bonus! US Edtech Sets Record With \$1.85 Billion Raised in 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edsurge.com/news/2015-12-21-christmas-bonus-us-edtech-sets-record-with-1-85-billion-raised-in-2015>.
18. Eagleton T. The Slow Death of the University / T. Eagleton // The Chronicle of Higher Education. – 2015. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://chronicle.com/article/The-Slow-Death-of-the/228991>.
19. How Much Do Average Apps Make? // Forbes [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://forbes.com/sites/tristanlouis/2013/08/10/how-much-do-average-apps-make>.
20. Learning and development // Annual survey report. – Chartered Institute of Personnel Development, 2015. – May. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cipd.co.uk>.
21. Student participation in K-12 online education grows but fewer states run virtual schools and classes [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://educationbythenumbers.org/content/k-12-online-education-grows\\_621](http://educationbythenumbers.org/content/k-12-online-education-grows_621).