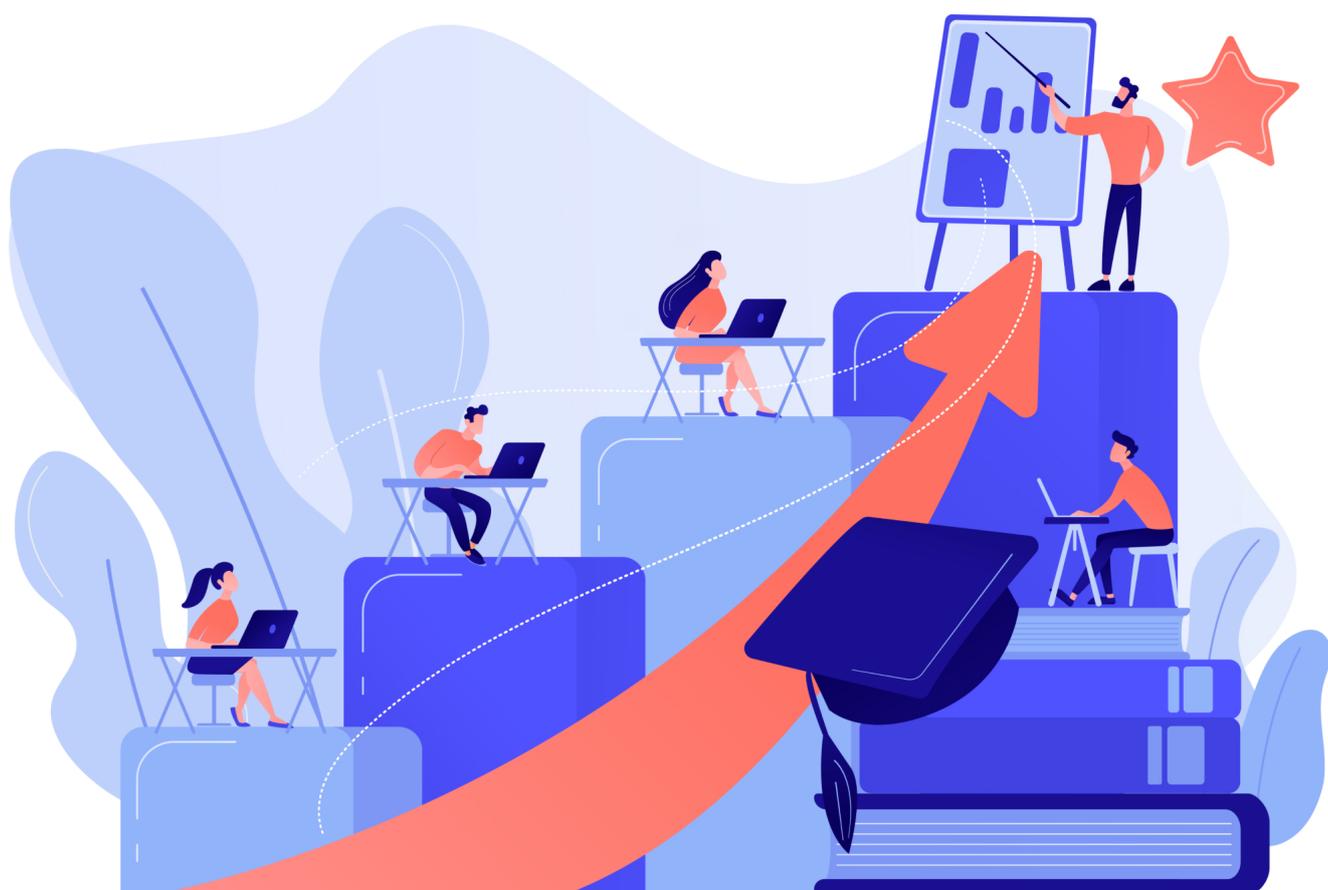


# Edtech-рынок Q1/2022

На основе рейтинга крупнейших компаний  
на рынке онлайн-образования EDtechs.ru



# Партнеры проекта



---

# Оглавление

<b>Вступление</b>	4
<b>Summary</b>	6
<b>Часть 1. Мировой рынок</b>	7
1. Глобальный Edtech. Начало первого стагнирующего года	8
2. Дайджест событий за I квартал 2022 года на мировом edtech-рынке	12
<b>Часть 2. Российский рынок</b>	34
3. Дайджест событий за I квартал 2022 года	35
4. Инвестиции в edtech по итогам I квартала	43
5. Рейтинг Edtechs.ru	48
5.1. Методика составления рейтинга	48
5.2. Рейтинг крупнейших компаний на рынке онлайн-образования	50
5.3. Итог I квартала 2022 года	56
6. Обзор сегментов по итогам I квартала 2022 года	59
6.1. Платформы и разработчики ПО	59
6.2. Дополнительное профессиональное образование (ДПО)	67
6.3. Детское образование	74
6.4. Бизнес-образование	79
6.5. Иностранные языки	83
6.6. Soft skills	87
7. Тренды и прогнозы	91
<b>Права на использование</b>	107
<b>Команда</b>	108
<b>Партнеры</b>	109

---

# Вступление

Главное, что показали итоги I квартала, – обвала не произошло.

Российский edtech как отрасль родился уже в санкционных условиях, что ограничивало присутствие на нем иностранных инвесторов, а также выход на зарубежные рынки. В итоге автономность сделала его устойчивым к внешним потрясениям – ввод мощного пакета санкций рынок не обвалил (впрочем, это не означает, что падения не будет впереди).

Второй фактор – онлайн-образование показало, что оно является частью повседневной жизни, а значит, относится к услугам, от которых не будут отказываться в первую очередь.

В I квартале рынок традиционно продемонстрировал серьезный рост по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, хотя и показал падение относительно предыдущего квартала.

Вполне вероятно, что основные сложности еще впереди и борьба за клиента станет более ожесточен-

ной. Однако мы не видим оснований считать, что падение рынка продолжится, наоборот, после отскока мы ожидаем восстановления спроса. Шок проходит, люди привыкают жить в новой реальности и вернуться к своим планам по развитию себя и своего бизнеса, а также готовы будут вкладываться в образование своих детей.

В долгосрочной перспективе куда больше на ситуацию может повлиять не поведение пользователей, а реформирование образования и фундаментальные изменения подхода к нему в целом. Также неминуемо наступит послевоенный период, который может быть куда более депрессивным, чем период активного противостояния, и потребует больших расходов государства. В итоге те программы поддержки, которые сегодня позволяют держать рынок на плаву, могут сойти на нет.

# 0 методике исследования

В основе исследования три методики получения информации:

## 1-й

---

Первый и основной – анализ рейтинга, составленного на основе данных о выручке, которые либо получены от самих участников рынка, либо вычислены совместно с экспертами рынка. Это главная часть и основная наша компетенция, которая дает

максимально объективную картину того, что происходит на рынке, потому что она основана на цифрах. Причем свежих цифрах – о результатах деятельности за прошедший квартал.

## 2-й

---

Интервьюирование и анкетирование участников рейтинга и экспертов, которое дает представление о настроениях, существующих на рынке: как фаундеры и CEO крупнейших edtech-компаний смотрят на ситуацию, что их беспокоит, какие меры

они предпринимают, какие тренды отмечают и чего ждут от рынка. Хотя и субъективный, но это срез впечатлений и инсайтов от лидеров рынка, которые имеют возможность видеть больше.

## 3-й

---

Информация из открытых источников, которую мы тщательно собираем, обрабатываем и выбираем самое интересное: о трендах

и крупнейших игроках на мировых рынках и важнейших событиях в индустрии.

Увлекательного изучения!  
Команда Smart Ranking

# Summary

---



Выручка топ-100 компаний в I квартале 2022 года составила почти 21,7 млрд рублей, что на 54,9% больше, чем год назад.

---



Рынок впервые показал падение относительно предыдущего квартала – примерно на 15%. Тем не менее ситуация на нем стабильная – не было ни ухода компаний, ни массовых сокращений персонала, ни оттока за рубеж.

Отдельные компании отметили потерю украинских пользователей и преподавателей.

---



Ситуация сильно разнится в зависимости от сегмента, наиболее стабильным остается детское обучение, взрослые же профессии находятся под давлением перестройки экономики и в отдельных случаях требуют государственной поддержки.

---



На мировом рынке также наблюдается замедление роста, вызванное окончанием пандемии. Наиболее растущим после реформы образования в Китае становится рынок Индии. Однако на нем существуют свои сложности.

---

## **В целом прогноз на год предполагает сохранение текущей ситуации:**

количество новых проектов и инвестиций снизится, выход на зарубежные рынки (что давало дополнительный рост) сократится. Тем не менее аудитория онлайн-школ пока недостаточно пострадала, чтобы отказываться от онлайн-обучения, также можно ожидать дополнительного притока пользователей:

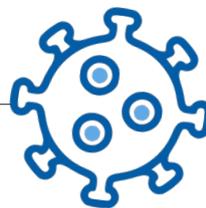
- тех, кто откажется от дорогого офлайн-обучения;
- тех, кто захочет сменить профессию на более востребованную из-за кризиса в основной сфере, в том числе приняв спонтанные решения.

Востребованы будут прежде всего недорогие короткие курсы с понятным результатом.

Часть первая

# Мировой рынок

- Глобальный edtech. Начало первого стагнирующего года
- Дайджест событий за I квартал 2022 года на мировом edtech-рынке



# Глобальный edtech

## Начало первого стагнирующего года

Закончилась пандемия, возобновились офлайн-занятия, в мире наметилась экономическая рецессия, люди устали от Zoom, и в итоге – весь мировой edtech-рынок чувствует замедление темпов роста. Это происходит даже на лидирующем (после ухода Китая) рынке Индии, на котором сегодня наблюдаются стандартные последствия резкого рывка рынка, гонки компаний за инвесторами и быстрой прибылью. В частности, волна сокращений персонала затронула компании Lido Learning, Unacademy, Vedantu, WhiteHat Jr.

Аналитики отметили следующие проблемы местного edtech:

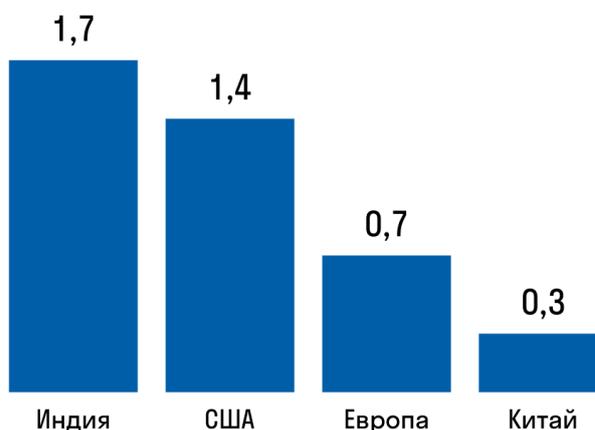
- стремлении компаний гнаться за пользователями и выдавать за них каждого зарегистрировавшегося, а не платного;
- отсутствие прямой связи с учеником, позволяющей оценить его потребности и улучшить продукт;
- недостаточная ставка на персонализацию в обучении, а именно отсутствие взаимодействия с классом, что также снижает качество обучения;
- избыточность персонала;
- давление инвесторов, требующих результатов.

Тем не менее рынок Индии остается основным по инвестиционной привлекательности, в том числе и для российских компаний, осуществляющих экспансию (подробнее о рынке Индии, а также обзоры рынка Китая и США смотрите в наших предыдущих отчетах).

Это подтверждает и тот факт, что еще осенью 2021 года основатели компании Skillfactory Александр Турилин и Александр Ерошкин привлекли \$700 тысяч на новый edtech-проект Coding Invaders в Индии.

По данным HolonIQ, общий объем инвестиций в мировой edtech за I квартал 2022 года составил около \$4,5 млрд, из которых больше трети приходится на Индию.

**Лидеры по привлечению инвестиций в edtech, млрд \$**



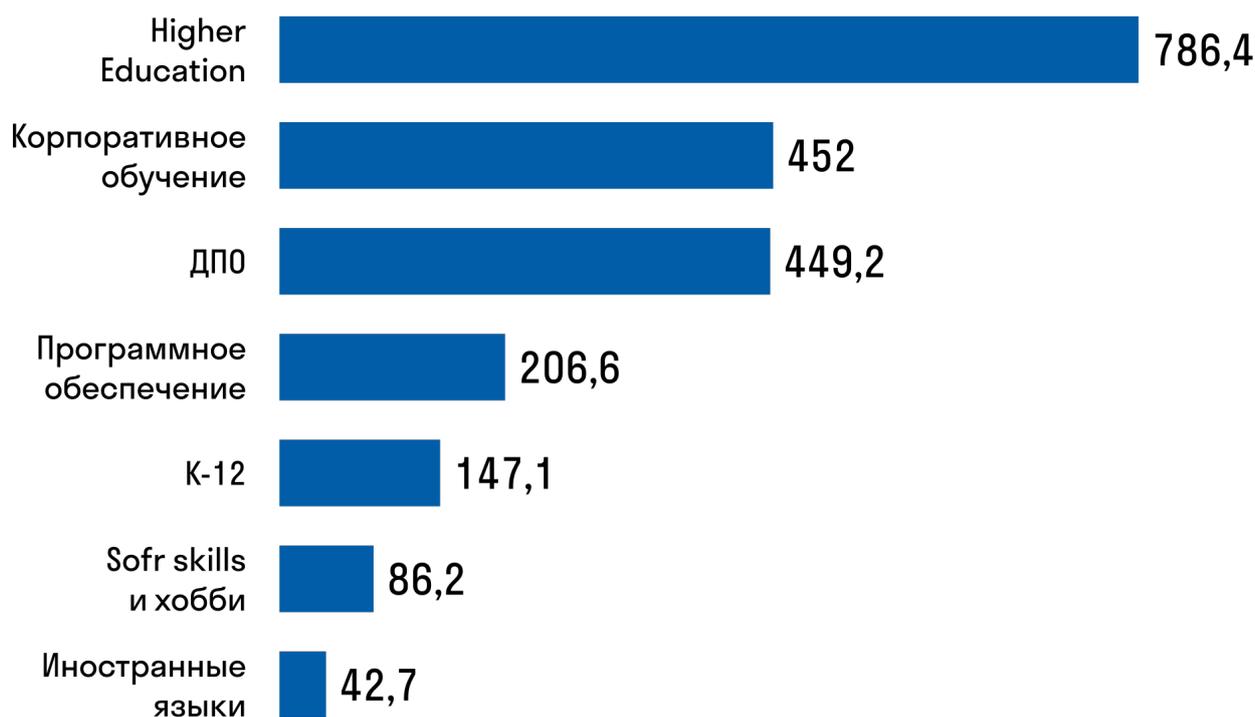
На основании текущего анализа предполагается, что общий объем инвестиций за 2022 год составит меньше, чем за 2021-й, – \$18 млрд против \$20 млрд. Таким образом, можно ожидать, что компании будут стремиться сохранить имеющиеся средства. Мировой edtech меняется, становится зрелым и больше опирается на реальное положение дел, а не на мечты о светлом будущем.

Касательно специфики трех основных направлений, можно отметить следующее:

- Рынок Индии по-прежнему с низкой инвестиционной медианой (все забирают крупнейшие компании), лидируют K-12 и бизнес-образование.

- Основным сегментом рынка США остается корпоративное образование, а также вспомогательные сервисы, связанные с высшей школой (поиск, выбор колледжа и финансирования).
- На рынке Европы в топ-10 выходят специализированные школы ДПО (включая две медицинские). Также отдельно стоит отметить, что европейский edtech начал сотрудничество с украинским, прежде всего в сфере обучения детей украинских беженцев, попавших в Европу. Некоторые школы в рамках солидарности открыли украинским пользователям бесплатный доступ.

Объем инвестиций в I квартале 2022 года на мировом edtech-рынке, млн \$



Источник: Оценка Smart Rankinна основании открытых данных

 **Топ-10. Кто привлекал инвестиции в Индии (I кв. 2022 года)**

	Компания	Направление	Сумма, млн \$
1	Byju's	К-12	800
2	Eruditus	Бизнес-образование	350
3	Lead	К-12	100
4	Scaler	IT-профессии	55
5	Udayu	Детское обучение до 5-го класса	10
6	Growth School	ДПО	5
7	Social Swag	Хобби, творческие профессии	3,5
8	MyCaptain	ДПО	3
9	Mentor Match	Обучение учащихся 8– 12 классов через репетиторов (tutoring)	1
10	KidEx	Soft skills для детей	1

 **Топ-10. Кто привлекал инвестиции в США (I кв. 2022 года)**

	Компания	Направление	Сумма, млн \$
1	Edly	Финансирование образования	175
2	ThriveDx	IT-профессии	100
3	Osso VR	Платформа для виртуального обучения хирургии	66
4	Reforge	Tutoring	60
5	HacherRank	Корпоративное обучение	60
6	Spekit	Корпоративное обучение	45
7	WorkRamp	Корпоративное обучение	40
8	Subject	Платформа для высшей школы	29,4
9	eSpark	К-12	25
10	Academia.edu	Высшее образование	23

 **Топ-10. Кто привлекал инвестиции в Европе (I кв. 2022 года)**

	Компания	Направление	Сумма
1	Perlego	Онлайн-библиотека со встроенными возможностями обучения	50 млн \$
2	Epicode	Обучение IT-специальностям	10 млн \$
3	Sesame HR	Корпоративное обучение и HR	10 млн €
4	InvivoX	Медицинское образование	7 млн €
5	EdTech Doctrio	Медицинское образование	3 млн €
6	Skiller Whale	IT-специальности	2,9 млн \$
7	Your Juno	Финансовое образование	2 млн €
8	Chatterbox	Иностранные языки	1,9 млн €
9	Create Academy	Хобби, творческие профессии	1,6 млн £
10	Edumiam	Педагогика	1 млн €

# Дайджест событий

## за I квартал 2022 года на мировом edtech-рынке

### K-12



**Индийская школа LEAD стала новым единорогом с финансированием в размере \$100 млн**

Основанная в 2012 году школа рассчитывает достичь годовой выручки в размере \$80 млн в новом учебном году, стремится охватить 25 млн студентов и увеличить ARR до \$1 млрд.



**Индонезийский edtech CoLearn привлекает дополнительные \$17 млн в раунде серии А, доведя общее финансирование до \$27 млн**

Сервис основан в 2020 году. Миссия – улучшить стандарты образования для молодежи Индонезии, чтобы сделать страну конкурентоспособной на мировом рынке.



**Tutored by Teachers (США) привлекла более \$10 млн в рамках очередного раунда.** Сервис представляет собой платформу для школ с возможностями виртуального обучения в малых группах.



**Чикагская компания edtech eSpark привлекает \$25 млн для развития**

**своей программы обучения, ориентированной на студентов**

Компания предлагает увлекательные уроки, основанные на стандартах, которые помогают учащимся преуспеть в чтении и математике. Программу использовали миллионы учеников начальной школы во всех 50 штатах Америки.



**Norwest инвестирует \$10 млн в стартап Udayu в области образовательных технологий**

Udayu (Индия) основана в 2019 году. Для детей до 8 класса, специализируется на математике, английском языке и навыках мышления. Имеет более 200 квалифицированных учителей, а ее услугами пользуются 50 тысяч детей.



**Мюнхенская компания Edurino привлекает 3,35 млн евро для развития цифрового обучения детей**

Edurino – гибридная обучающая платформа с приложением и игрушечной лисой по имени Mika. Основана в 2021 году. Сервис, разработанный специ-

ально для дошкольников в возрасте от 4 лет и старше, включает эргономичный стилус, игрушки (включая MiKa) и обучающее приложение. Цель – стать целостной системой обучения для дошкольников, а затем и для старших школьников и интегрировать обучающие игры для творчества, английский как второй язык и основы программирования в свою учебную платформу.



**Бангладешский стартап edtech, мобильная платформа онлайн-обучения 10 Minute School, привлекает \$2 млн в виде посевного финансирования**

Мобильная платформа онлайн-обучения 10 Minute School для учащихся 5–12 классов, курсы с контрольными работами для экзаменуемых HSC и SSC, полные программы приема и программы BCS. Основана в 2015 году, чтобы демократизировать образование в Бангладеш, предоставляет недорогой и доступный качественный образовательный контент для школьников и студентов колледжей, кандидатов на вступительные экзамены в университеты.



**Vedantu получает \$2 млн от венчурного партнера Orios**

Vedantu (Индия) – единорог. Предложение охватывает онлайн-классы

с 6 по 12 класс, а также материалы с 1 по 12 класс и JEE.



**Платформа обучения математике Bhanzu привлекает \$2 млн в рамках посевного раунда под руководством Lightspeed и других**

Платформа Bhanzu (Индия) направлена на искоренение математической фобии и поощрение карьеры в области математики и STEM среди учащихся. Компания основана в 2020 году. Курсы разработаны таким образом, чтобы ученики не только хорошо разбирались в математике, но и глубоко понимали математические концепции.



**Провайдер школьного обучения Saarthi Pedagogy привлекает 16 кроп рупий (\$1,3 млн) в новом раунде**

Saarthi Pedagogy (Индия) – технологическая платформа для всех сегментов образования K-12, предлагает программы подготовки учителей в Индии. Основана в 2018 году. Система управления обучением на основе искусственного интеллекта, которая может не только измерять, но и улучшать результаты обучения и упрощать обучение, преподавание и управление.

**Базирующаяся в Дели платформа для онлайн-обучения KiCo привлекает финансирование при оценке 10 крор рупий (\$1,32 млн)**

KiCo (Индия) – онлайн-репетиторское решение для школьников. Основана в 2019 году. Создана для учащихся с 1 по 12 класс, а также для сдачи экзаменов JEE/NEET.



**Платформа сертификации экспериментального обучения, ориентированная на детей, KidEx привлекает \$1 млн во главе с фондом Lead Angels**

KidEx (Индия) – платформа сертификации экспериментального обучения, ориентирована на детей в возрасте от 5 до 14 лет, чтобы помочь им развить навыки, необходимые для реальной жизни. Основана в 2020 году.



**Индийский стартап в сфере образовательных технологий Freadom привлек \$2,5 млн в рамках нового раунда финансирования под руководством Capital A и других бизнес-ангелов, включая Тайгера Шроффа Winc Academy**

Freadom – обучающая платформа для детей в возрасте от 3 до 12 лет, позволяющая укрепить их навыки чтения, произношения и разговор-

ной речи на английском языке. К 2023 году планирует достичь 50 млн пользователей по всему миру.



**Инструмент для конспектов LectureNotes привлек \$2,5 млн в раунде перед серией A**

LectureNotes (Индия) – инструмент для учителей, чтобы делиться конспектами и лучше взаимодействовать с учениками. Основан в 2017 году. Платформа в настоящее время доступна в веб-браузерах, приложениях для Android и iOS.



**Платформа самообучения и прямого общения с наставниками Mentor Match привлекла \$1 млн в предпоследнем раунде**

Mentor Match – платформа для самостоятельного обучения, которая помогает учащимся 8–12 классов напрямую общаться с экспертами-наставниками/тьюторами через видеозвонки один на один в режиме реального времени.

**Платформа внеклассного и домашнего обучения Classover привлекает более \$1,5 млн посевного финансирования**

Classover создана в 2020 году. Молодые учащиеся развивают свои интересы с помощью интерактивных онлайн-уроков и мероприятий, проводимых сотнями сертифицированных преподавателей.



**Built for Teachers, еще не запущенная платформа управления взаимодействием между учителями и учениками, привлекла \$1,87 млн**

Built for Teachers основана в 2021 году с миссией улучшить результаты учащихся, позволяя учителям строить конструктивные отношения с учащимися в любом масштабе. Платформа еще не запущена, но привлекла инвестиции.



**Платформа для учеников в K-12 Orcas привлекает \$2,1 млн в раунде перед серией A**

Orcas основана в 2019 году, предоставляет специализированных тьюторов для всех стилей обучения. Планирует расширить свою деятельность на рынки MENAP и Саудовской Аравии с большим количеством молодого населения и высокими расходами на репетиторство.

**Малайзийская компания в области образовательных технологий Pandai получает \$2 млн от YC, 500 Global**

Образовательное приложение, которое помогает учащимся K-12 улучшить свою успеваемость, основано в 2020 году на фоне пандемии COVID-19, что помогло ей быстро привлечь пользователей. Недавно запустило модули, которые позволяют родителям следить за действиями своего ребенка.



**Ascend Now, поставщик услуг персонализированного онлайн-коучинга, привлекает \$2,1 млн на разработку платформы для самообучения**

Миссия компании – развивать предпринимательство среди детей. Сотрудничает с международными школами.



**Legends of Learning привлекла посевное финансирование в размере \$5 млн**

Образовательная игровая обучающая платформа Legends of Learning для школьников K-12 основана в 2016 году. Использует более 2 тысяч обучающих и оценочных видеоигр, учащиеся изучают контент, соответствующий учебной программе, в процессе игры, участвуя в личном прогрессе.

## Мексиканский стартап edtech Luca привлекает \$3 млн для укрепления своей команды по технологиям и продуктам

Luca предлагает предварительно записанные видео K-12, игровой контент и персонализированные пути обучения на основе искусственного интеллекта, охватывающие всю официальную учебную программу и подготовку к национальным экзаменам.

## Иностранные языки



### Тайваньская платформа для изучения английского языка AmazingTalker привлекла \$15,5 млн в рамках раунда серии А

Компания основана в 2016 году. Цель – сделать онлайн-обучение английскому языку более доступным и дать учителям возможность получать больше дохода от онлайн-уроков.

### Основанный на данных образовательный стартап Slang собирает \$14 млн для борьбы с английской неграмотностью в Латинской Америке

Slang основана в 2014 году, специализируется на обучении профессиональному английскому языку. Имеет 100 корпораций в ка-

честве клиентов, более 100 тысяч активных пользователей с двумя основными вариантами использования: обучение английскому языку для корпораций и курсы английского языка для HR.



### Immerse (США) привлекает \$9 млн в рамках раунда финансирования серии В

Платформа работает с ведущими языковыми школами мира, предоставляя возможности изучения английского языка в виртуальной реальности студентами на азиатских, европейских и латиноамериканских рынках.



### Платформа для изучения языков Chatterbox собирает 1,7 млн евро для расширения услуг для беженцев и маргинализированных групп

Chatterbox основан в 2016 году. Работает как онлайн-платформа для изучения языков для профессионалов. В настоящее время из Лондона и Лиссабона.

**Австралийская платформа для обучения английскому языку Language Confidence привлекла \$1,5 млн в ходе посевного раунда**

Language Confidence обеспечивает доступ к качественному языковому образованию для всех, предоставляя автоматизированное обучение и тестирование разговорного английского языка с использованием технологии искусственного интеллекта. Основана в 2016 году. Предлагает API, который «слушает» учащихся и может оценивать и исправлять их разговорное английское произношение с помощью визуальной обратной связи.



**Малайзийский стартап в сфере образовательных технологий обучения английскому языку GuruLab получает стартовый посевной капитал в размере \$1 млн**

Компания предлагает онлайн-уроки английского языка в группе до 5 учеников. Основана в 2015 году.

## Higher Education



**GoStudent привлекает раунд финансирования серии D на сумму \$340 млн, поскольку он выходит на международные рынки**

GoStudent (Австрия) – платформа,

объединяющая преподавателей и студентов. Основана в 2016 году, рассматривает онлайн-обучение как более эффективный способ репетиторства. Позволяет учащимся и их родителям выбирать репетиторов для общего обучения или специально для сдачи экзамена.



**Платформа для учебного финансирования Edly (США) привлекает \$175 млн инвестиций**

Edly основана в 2019 году с целью связать студентов, желающих финансировать обучение в колледже, с инвесторами, стремящимися поддержать социальные инвестиции в образование.



**Финтехстартап Propelld, ориентированный на образование, привлекает \$35 млн в раунде серии B под руководством WestBridge Capital**

Компания управляет крупной международной базой контента с 2008 года. Алгоритмы Academia делают около 20 млн бумажных рекомендаций в день, подключая пользователей к контенту от 42% преподавателей в мире более чем в 16 тысячах университетов, включая Оксфорд, MIT, Cal-Berkeley и NYU.

**Платформа для высшей школы Subject (США) привлекает \$29,4 млн в рамках раунда серии финансирования А**

Платформа основана в 2020 году. Помогает управлять курсами, финансированием, летней школой и пр.



**Academia.edu (США) привлекает \$23 млн в рамках раунда финансирования серии D**

Компания управляет крупной международной базой контента с 2008 года. Алгоритмы Academia делают около 20 млн бумажных рекомендаций в день, подключая пользователей к контенту от 42% преподавателей в мире более чем в 16 тысячах университетов, включая Оксфорд, MIT, Cal-Berkeley и NYU.



**Стартап международного образования и карьеры Leverage Edu привлекает \$22 млн в раунде серии B**

Leverage Edu (Индия) предоставляет полный спектр услуг студентам, стремящимся к международному образованию и карьере. Основан в 2017 году. Запустил приложение «Обучение за рубежом», которое уже скачали более 50 тысяч раз. Ожидает получения лицензии FFMC от RBI, что будет способствовать развитию бизнеса по переводу денежных средств

за границу.



**Сингапурский маркетплейс для подачи заявлений в университеты Cialfo привлекает \$20 млн от Tiger Global, смотрит на расширение в Индии**

Компания развивает маркетплейс, где студенты связываются с консультантами из 100 стран для подачи заявления в университет. Основана в 2017 году. Платформа управляется искусственным интеллектом и насчитывает не менее 170 сотрудников, работающих в Индии, Сингапуре, Китае и США.



**Платформа онлайн-кредитования студентов Kuhoo привлекает \$20 млн от WestBridge Capital**

Kuhoo (Индия) основана в 2021 году. Занимается предоставлением кредитов на курсы высшего образования, включая инженерное дело, бизнес-администрирование, обучение руководителей, онлайн-курсы и другие программы. Конкурирует с Propelld и Eduvanz.



**Консультант по колледжам и развитию карьеры Empowerly (США) привлек \$10 млн финансирования**

Компания, работающая на основе данных в области образовательных

технологий, предоставляет персонализированные рекомендации по поступлению в колледж и построению карьеры для студентов и их семей.



**Берлинский стартап charly в сфере образовательных технологий привлекает более 3 млн евро для расширения платформы вопросов и ответов за пределы Германии**

Компания charly, основанная в 2016 году, начинала с бесплатных распечаток учебных материалов. Теперь на основе печатного продукта запустила цифровую платформу под названием Q&A Bib, общенациональную учебную базу данных для студентов более чем с 35 тысячами тем, связанных с экзаменами, а также программу репетиторов.



**Стартап edtech Vuigo (Австралия) привлекает 1,5 млн фунтов стерлингов при поддержке Angel Investment Network**

Это SaaS-платформа, основанная в 2017 году, предлагающая образовательным учреждениям создание экосистемы онлайн-поддержки, влияющей на конечные результаты учебы. Уже работает с третью австралийских университетов и быстро растет в Великобритании.

**Wuolah, ведущая учебная платформа edtech для испаноговорящих, привлекает \$5,6 млн**

Wuolah основана в 2014 году в Испании. Использует конспекты для обучения, планирует видеокурсы, потоковые классы.



**Tomorrow's Education объявляет о раунде финансирования в размере 3,4 млн евро для стимулирования развития будущих новаторов и лидеров**

Персонализированная система обучения Tomorrow University, ориентированная на мобильные телефоны, позволяет получить профессиональную степень магистра в области предпринимательства и технологий, аккредитованную в Европе и США.



**Платформа накопления на образование ребенка EduFund привлекает \$1 млн в рамках посевного раунда под руководством Anchorage Capital Partners**

EduFund (Индия) основана в 2020 году, предоставляет инструмент комплексного планирования, который поможет каждому родителю спланировать путь своего ребенка к высшему образованию и снизить финансовое бремя, связанное с качественным высшим образованием. Является зарегистрированным инвестиционным

консультантом, регулируемым SEBI.



**Shikho** привлек в общей сложности \$5,3 млн в ходе своего посевного финансирования

Shikho (Бангладеш) – гиперлокализованная экосистема цифрового обучения для студентов в Бангладеш. Основана в 2019 году. Предлагает академические курсы для получения аттестата средней школы по национальной программе Бангладеш, аттестата о среднем образовании и конкурсным вступительным экзаменам в университеты.



Кувейтская компания edtech **Vaaims** привлекает \$2,2 млн в раунде перед серией А, стремясь расширить свою платформу в Ближневосточном регионе

Vaaims предлагает адаптированные записанные онлайн-курсы для студентов университетов в Саудовской Аравии, Кувейте, Бахрейне и Иордании. Основана в 2017 году. Курсы, направленные на оцифровку офлайн-репетиторства, позволяют учиться в своем собственном темпе, представлены в виде видеолекций, заметок, живых сессий и викторин, к которым можно получить доступ через интернет или мобильное приложение.

## ДПО



Компания **ThriveDx** (США) получает стратегические инвестиции (\$100M+) от **Prytek Holdings**

Компания по обучению цифровым профессиям, основанная в 2006 году, сотрудничает с ведущими академическими учреждениями и корпорациями по всему миру, предлагая передовые программы профессионального развития в области цифровых технологий.



Платформа обучения хирургии **Osso VR** (США) привлекает \$66 млн в рамках финансирования серии С

Osso VR – платформа для хирургического обучения и оценки в виртуальной реальности, основана в 2016 году. Производит по запросу иммерсивные модули, которые позволяют хирургическим бригадам тренироваться независимо или совместно в виртуальной среде, прежде чем ступить в настоящую операционную.



**Reforge** (США) объявляет о финансировании серии В в размере \$60 млн для расширения знаний и сетевых возможностей для участников

Reforge управляет платформой-сооб-

ществом, где профессионалы могут учиться у отраслевых экспертов, а затем применять эти знания, связываясь с другими, работающими над аналогичными проблемами.



**Платформа живого онлайн-репетиторства Filo привлекает \$23 млн в рамках серии А под руководством Anthos Capital**

Filo (Индия) – платформа мгновенного обучения в режиме реального времени, которая связывает студентов с преподавателями менее чем за 60 секунд по всей стране.



**Фирма Imarticus ведет переговоры с фондами PE и планирует привлечь почти \$50 млн**

Imarticus (Индия) основана в 2013 году как платформа профессионального образования. Работает в союзе с ведущими организациями и бизнес-специалистами и предоставляет своим учащимся квалифицированные сертификаты и альтернативы трудоустройства.



**Платформа повышения квалификации Scaler превысила оценку до \$700 млн в новом раунде финансирования (на \$55 млн)**

Scaler (Индия) основана в 2019 году как InterviewBit, предоставляет

студентам учебные ресурсы для прохождения собеседований. Проводит курсы продолжительностью от 9 до 11 месяцев, которые помогают приобрести навыки, необходимые для получения работы и использования новых возможностей.



**Учебная платформа Sales Impact Academy (США) привлекает \$22 млн**

Платформа предлагает постоянное обучение в сфере продаж, маркетинга и управления. Имеет более 40 курсов, которые в прямом эфире преподают крупнейшие эксперты. Основана в 2019 году.



**Бразильская компания Medway в сфере образовательных технологий привлекает первый раунд финансирования: серия А на сумму \$15 млн от Softbank и семи других фондов**

Medway – бразильская образовательная платформа для студентов-медиков и врачей. Основана в 2017 году. Сосредоточена на производстве контента для подготовки к тестам на ординатуру. Планирует запустить не менее десяти новых курсов и вариантов обучения в 2022 году, а также инвестировать в наем большего количества специалистов и маркетинг.

**InterviewBit, стартап по переподготовке кадров со штаб-квартирой в Бангалоре, привлек \$10 млн в рамках раунда финансирования серии B1 под руководством существующего инвестора Lightrock India**

InterviewBit (Индия) основана в 2015 году. Обучает студентов и молодых специалистов навыкам, необходимым для работы в сфере технологий, помогает им разобраться в процессах найма, а также дает рекомендации о лучших возможностях в индустрии программного обеспечения по всему миру.



**От школы программирования до платформы для карьерного роста – итальянская компания Epicode привлекла 10 млн евро**

Epicode School (Италия) основана в 2020 году. Объединилась с американской и берлинской школой Strive School, чтобы переименовать себя в Epicode. Начали с обучения новых веб-разработчиков и помощи им в трудоустройстве. Теперь цель – поддерживать технических специалистов на протяжении всей их карьеры, а не только в начале.



**Бразильская образовательная компания Awari получила 3,5 млн бразильских реалов для расширения масштабов курсов на основе**

**подписки и модели наставничества**

Awari включает как обучающие курсы, так и индивидуальное наставничество с техническими экспертами, ориентированными на четыре вертикали: дизайн UX/UI, наука о данных, управление продуктами и разработка программного обеспечения. Целевая аудитория – профессионалы, которые уже имеют некоторый предыдущий опыт, но хотят либо освоить новые навыки, либо перейти из одной области в другую.



**Skiller Whale привлекает \$2,9 млн для расширения предложения технологического обучения на рабочем месте**

Skiller Whale (Индия) – онлайн-платформа обучения в реальном времени, включающая оценку навыков с небольшими занятиями под руководством экспертов, специально предназначенными для повышения квалификации технологических групп. Основана в 2018 году.



**MyCaptain привлекает \$3 млн в раунде перед серией A**

MyCaptain (Индия) основана в 2016 году, на платформе студенты могут учиться непосредственно у молодых специалистов, открывать для себя новые варианты карьеры и приобре-

тать практические навыки с помощью более чем 30 курсов от начального до продвинутого уровня.



**Контент-платформа новой эпохи Social Swag привлекает \$3,5 млн в рамках предварительной серии A**

Social Swag (Индия) основана в 2020 году. Предлагает несколько вертикалей, таких как мастер-классы, живое обучение, личный подход.



**Египетская образовательная фирма Kounsel привлекла \$1,2 млн в предпосевном раунде**

Онлайн-платформа юридического образования для предоставления современного обучения юристам и предприятиям в регионе MENA. Kounsel основана в 2022 году. Предоставляет учащимся уникальный образовательный опыт, основанный на различных юрисдикциях, по таким курсам, как арбитраж, составление юридических документов и интеллектуальная собственность.



**Компания повышения квалификации и найма Ramped закрывает раунд посевного финансирования в размере \$3,1 млн**

Ramped основана в 2020 году. Позволяет пользователям расширять свое обучение и приобретать новые

функциональные профессиональные навыки для оптимизации процесса поиска работы.



**Индонезийская финансовая платформа edtech Ternak Uang привлекает семизначное посевное финансирование**

Основанная в 2020 году платформа для обучения инвестициям повышает финансовую грамотность молодых людей.



**Стартап сингапурской платформы профессионального обучения Startup oi привлек \$1 млн в рамках раунда предпосевного финансирования**

Компания управляет платформой, ориентированной на поиск талантов в области инженерии на международном уровне. Основана в 2021 году.



**Приложение на основе местных языков Entri.app привлекает \$7 млн в раунде серии A от Omidyar Network India и других компаний**

Entri.app (Индия) – приложение для онлайн-обучения, которое помогает абитуриентам с помощью курсов местного языка повышать квалификацию для роста в частном секторе и сдавать экзамены для государственных должностей.

Ориентировано на неанглоязычный сегмент Индии, в котором проживает более 400 млн человек в возрастной группе от 18 до 35 лет.



Orthobrain, американская платформа для обучения ортодонтонтов, привлекла \$9 млн



Финская компания edtech Funzi привлекает 3 млн евро, чтобы внедрить цифровизацию и обучение на протяжении всей жизни в традиционное образование

Funzi – мобильный сервис для обучения на протяжении всей жизни. Основан в 2014 году.



Нигерийская версия AltSchool собирает предпосевные инвестиции в размере \$1 млн на строительство альтернативной школы для африканцев

Онлайн-школа AltSchool Africa с учебным планом для улучшения/повышения квалификации студентов с техническими и социальными навыками. Основана в 2021 году. Модель компании похожа на модель BloomTech (ранее Lambda School). Участники программы должны иметь аттестат о среднем образовании и владеть компьютером.

## Корпоративное обучение, HR



Берлинский стартап корпоративного обучения Leapsome получает первый раунд финансирования в размере \$60 млн

Leapsome помогает компаниям стимулировать вовлеченность, производительность и развитие сотрудников, предоставляя возможность автоматизировать ряд процессов обратной связи и обучения. Сервис разработан с нуля для работы в тандеме с любым количеством корпоративных инструментов, сегодня включая Slack, Microsoft Teams, Workday и BambooHR, и используется более чем тысячей клиентов, включая Spotify, Unity и Mercedes-Benz по всей Европе, США, Азии и Австралии.



HackerRank (США) привлекает \$60 млн в рамках раунда финансирования серии D

Сервис обучения разработчиков, основанный в 2009 году, имеет базу более чем из 2800 клиентов во всех отраслях, в том числе более 25% из списка Fortune 100.



Компания по разработке решений для корпоративного электронного

### Обучения eLearning Brothers привлекла \$54 млн

Компания продает продукты и услуги электронного обучения в основном корпоративному сектору. Финансирование позволило американской компании приобрести Rehearsal и Origin Learning и рекапитализировать свой долг. В этом году ожидает получить доход в размере \$40 млн. Основана в 2009 году.



### Платформа для адаптации и обучения персонала Spekit (США) привлекает \$45 млн в рамках серии В

Компания основана в 2018 году, проводит тренинги и обучение работе с приложениями, процессами, схемами продаж, СОП, внедряет это обучение непосредственно в инструменты и рабочие процессы своих сотрудников именно тогда и там, где они им нужны.



### WorkRamp (США) привлекает \$40 млн в рамках раунда финансирования серии С

Благодаря схемам самостоятельного обучения, интерактивным функциям коучинга и модулям сертификации компания позволяет создавать индивидуальные учебные программы в любом масштабе. Основана в 2015 году.

### Амстердамский стартап L&D Studytube привлекает \$30 млн в раунде серии В, а также приобретает европейский маркетплейс Springest

Studytube – платформа онлайн-обучения и развития (L&D). Основана в 2013 году. Помогает организациям упростить обучение и развитие сотрудников, предлагает средним и крупным предприятиям полноценную онлайн-платформу для обучения и разработки через маркетплейс с поддержкой SaaS.



### UBITS получает \$25 млн на создание «Netflix для корпоративного обучения» в Латинской Америке

UBITS – платформа онлайн-обучения B2B для повышения квалификации сотрудников в Латинской Америке. Основана в 2018 году, имеет более 750 курсов на испанском языке. Сотрудничает с Coursera, чтобы предоставить доступ к курсам UBITS на рынке B2C.



### Mentor Collective (США) привлекает \$21 млн в рамках раунда финансирования серии А

Стартап основан в 2014 году. В 2021 году Mentor Collective – первая удаленная компания, основанная в Бостоне, – создала более 83 тысяч наставников, превысив совокупную

сумму за последние 6 лет. С момента своего основания компания обучила более 50 тысяч наставников.



Берлинская компания Sharpist привлекает 20 млн евро для персонализированного обучения каждого сотрудника

Решение для развития персонала Sharpist, ориентированное на цифровые коучинговые сессии 1:1, основано в 2018 году. Предоставляет компаниям персональных бизнес-тренеров из международной сети сертифицированных коучей через свое мобильное и веб-приложение, дополненное персонализированным обучающим контентом.



EduMe привлекает \$20 млн для масштабирования своей корпоративной обучающей платформы, ориентированной на гиг-работников и других сотрудников, не имеющих рабочего стола

EduMe предоставляет корпоративное онлайн-обучение и обучение в виде модулей «микрообучения». Компания нацелена на работников без постоянного рабочего места, ищущих новые возможности на рынке B2B.

Платформа оценки цифровых навыков iMocha привлекает \$14 млн в раунде серии A под руководством Eight Roads Ventures

iMocha (Индия) – платформа оценки обучения цифровым навыкам. Основана в 2015 году. Помогает командам по привлечению талантов и управлению оценивать индивидуальные навыки и проводить оценки на основе должностных обязанностей для найма.



Second Nature запускает интерактивное решение для обучения продажам на базе искусственного интеллекта с инвестициями в размере \$12,5 млн

Second Nature (Израиль) – автоматизированное решение для обучения продажам на базе искусственного интеллекта. Сервис предлагает программную платформу для иммерсивного моделирования продаж на естественном языке с собеседником на основе искусственного интеллекта по имени «Дженни» и NLP. Решение уже используется в коммерческих целях такими лидерами отрасли, как Zoom.



FourthRev, лондонская британская онлайн-образовательная компания карьерного акселератора,

**закрывает финансирование раунда серии А на \$8 млн**

FourthRev – карьерный акселератор, созданный чтобы восполнить пробелы в цифровых навыках во всем мире, предоставляет онлайн-обучение, ориентированное на кибербезопасность, искусственный интеллект, аналитику, пользовательский интерфейс и навыки управления проектами.



**Амстердамская Winc Academy привлекает \$3 млн, чтобы повысить квалификацию 20 тысяч IT-специалистов**

Winc Academy готовит взрослых к работе программистом, аналитиком данных или другой технической карьере. Основана в 2019 году. Используя метод «в свободное время и на своих условиях», студенты посещают онлайн-курсы из дома.



**Edtech Startup sub-10 привлекает 710 тысяч фунтов стерлингов для разработки своей платформы электронного обучения**

Sub-10 (Великобритания) – интеллектуальная образовательная платформа, персонализирующая учебный процесс для каждого пользователя, участвующего в профессиональном развитии. Основана

в 2019 году. Предлагает комплексное решение для обучения, отвечающее требованиям деловой этики и нормативно-правового соответствия.



**500 Startups, AC Ventures присоединились к посевному раунду финансирования сингапурского B2B-стартапа ProSpark в сфере образовательных технологий на сумму более \$1 млн**

ProSpark – система управления обучением B2B. Основана в 2017 году, предназначена для корпоративных клиентов. В настоящее время компания работает в Индонезии и на Филиппинах. Планирует выйти на рынок Вьетнама. В настоящее время ее клиентами являются Gojek, Bank Sampoerna, Kopi Kenangan, Northern Star Energy и PasarPolis.



**Electives привлекает \$8 млн в рамках раунда финансирования серии А**

Electives – маркетплейс для работодателей и учителей, работающий на основе данных о предпочтениях сотрудников и организационных потребностей. Основан в 2021 году.



**Платформа обучения сотрудников нового поколения Whistle закрывает раунд посевного финансирования в размере \$3,2 млн**

Whistle помогает компаниям обучать начинающих менеджеров и связывает эффективность обучения с бизнес-результатами, такими как производительность, безопасность и удержание сотрудников.



**Платформа edtech Roка осуществила раунд серии В на 30 млн канадских долларов**

Рока (Канада) помогает новым и существующим сотрудникам предприятий научиться выполнять задачи, решать проблемы и делиться знаниями и опытом с помощью цифровой платформы на базе планшета.



**Together получает 6,2 млн канадских долларов, чтобы связать наставников и подопечных в компаниях**

Together (Канада) основана в 2018 году, продвигает обучение сотрудников с помощью своего программного обеспечения, чтобы у каждого был наставник или эксперт в своей компании, у которого можно было бы учиться. Сосредоточена на рынках Северной Америки и Великобритании, но из-за транснациональности компаний пользовательская база распространяется на Японию, Африку и другие страны мира.

## Программное обеспечение



**Сингапурская образовательная компания Cialfo получает \$40 млн в раунде серии В во главе с Square Peg и SEEK**

Платформа для школьных исследований – средство коммуникации для консультантов и студентов – основана в 2017 году, помогает иностранным студентам находить и подавать заявки на сотни программ с помощью одной формы заявки. Работает по модели B2B, продавая абонементы школам.



**Invact Metaversity, стартап бывшего главы Twitter в Индии Маниша Махешвари, собирает средства при оценке стартапа в \$33 млн**

Invact Metaversity (Индия) – 3D-иммерсивная виртуальная обучающая платформа. Основана в 2022 году. Позволяет учащимся общаться друг с другом и со своими учителями с помощью анимированных аватаров независимо от их физического местоположения.



**Швейцарский edtech Alphacruncher привлекает 1,45 млн евро для запуска своего образовательного исследовательского облачного рабочего пространства по всему миру**

AlphaCruncher основана в 2019 году. Создает новые и упрощенные рабочие процессы в цифровом образовании и исследованиях.



**EnggOnline привлекает \$3,5 млн для своего SaaS-решения обучения на основе AR/VR**

EnggOnline (Индия) – платформа на основе SaaS для преподавателей/тренеров с уникальной педагогикой экспериментального обучения с использованием дополненной реальности (AR) и виртуальной реальности (VR).



**Инструмент управления онлайн-классами edtech-стартап Wise привлекает \$5 млн в новом раунде**

Wise (Индия) основан в 2020 году. Позволяет преподавателям легко настраивать свои онлайн-классы. Платформа насчитывает более 2 млн (из них более 700 тысяч – активных) пользователей в месяц.



**Система для онлайн-экзаменов Certiverse привлекает \$2 млн в виде посевного финансирования**

Компания Certiverse основана в 2019 году. Онлайн-платформа с искусственным интеллектом использует психометрические стандарты, машинное обучение и экспертный

контент для создания экзаменов.



**Стартап из Сиднея Saasguru поднимает \$1,3 млн на образовательные технологии, чтобы преодолеть разрыв в навыках работы с облачными технологиями**

Компания создает интерактивную и персонализированную поддержку, помогающую подготовить учащихся к определенным квалификациям в облачных технологиях Salesforce или AWS. Включает в себя начальный контрольный экзамен, инструменты, которые адаптируются к индивидуальному стилю обучения и пробелам в знаниях, а также игровую платформу.



**Поставщик программного обеспечения для школ Paper закрывает раунд финансирования серии D на \$270 млн**

Поставщик школьного программного обеспечения, основанный в 2014 году, сотрудничает со школьными округами, чтобы обеспечить индивидуальное обучение.

## Soft skills, хобби



**Учебное сообщество для креативщиков Domestika привлекает \$110 млн в рамках раунда серии D при оценке в \$1,3 млрд**



Основной продукт компании, работающей с 2002 года, – обучающие сообщества для творческих умов. Курсы охватывают широкий творческий спектр, от иллюстрации и дизайна до ремесел и цифрового маркетинга.



**Reakperformer, провайдер онлайн-коучинга для лидеров, привлекает \$3 млн от Sequoia India's Surge и других инвесторов**

Reakperformer (Индия) основан в 2020 году. Обучает сотрудников управленческим, творческим и коммуникативным навыкам посредством удаленных индивидуальных занятий.



**Платформа развития карьеры Seekho привлекает \$3 млн для финансирования раунда перед серией А**

Seekho (Индия) основана в 2021 году. Платформа микрообучения, наставничества и найма. Позволяет получать экспертные знания с помощью минутных обучающих видеороликов, викторин.



**The Desire Company привлекает \$8 млн в рамках раунда серии финансирования А**

The Desire Company основана в США в 2016 году. Предоставляет аутен-

тичные видеобзоры, практические рекомендации и занятия от ведущих профессионалов, позволяя покупателям принимать более взвешенные и уверенные решения о покупке. Занятия с элитными профессионалами индустрии, от спортсменов NFL и знаменитых тренеров по фитнесу до лицензированных экспертов по здоровому образу жизни, визажистов, стилистов и танцоров. В настоящее время компания предлагает более 4 тысяч видео.



**Платформа для индивидуального коучинга CoPilot закрывает раунд серии А на \$5,8 млн**

CoPilot соединяет пользователей своей мобильной платформы с личными тренерами. Основана в 2019 году. Приложение CoPilot доступно на устройствах iOS, в настоящее время в компании работает 51 сотрудник.



**Стартап по психоделическому образованию Fluence привлек \$3 млн от инвесторов**

Fluence – тренинговая платформа по интеграционной терапии для медицинских работников. Основана в 2019 году.



**Army, платформа фитнес-приложений, ориентированная на коучинг**

и обучение, привлекла \$1,9 млн

Aarmy – это опыт фитнес-коучинга с полным набором тренировочных занятий по велоспорту и лагерей bootcamp высочайшего стандарта. Основана в 2018 году. Штаб-квартира находится в Нью-Йорке.



**Стартап 30Ж Hiveworks привлекает \$1,25 млн посевного финансирования**

Hiveworks основан в 2020 году. Мобильная платформа предоставляет детям доступ к оригинальному контенту обучающихся видео под руководством спортсменов по ряду популярных видов спорта и фитнеса, таких как баскетбол, футбол, волейбол, теннис, танцы и самооборона. Включает в себя компонент социально-эмоционального обучения, который способствует созданию сообщества в каждой спортивной группе. Сотрудничает со школами, библиотеками и другими молодежными учреждениями.



**Серийная предпринимательница меняет рынок обучения речи с помощью речевого тренера на базе искусственного интеллекта, который привлек \$1 млн в предпосевном раунде**

TalkMeUp основан в 2018 году. С по-

мощью системы искусственного интеллекта анализирует видео-, аудио- и речевой контент и выполняет анализ производительности. Открытый API позволяет интегрировать запатентованный видеоанализатор с уже существующими учебными платформами, такими как Coursera или Udemy. Кроме обслуживания на английском разрабатывается для китайского, французского и русского языков.



**Linguix получает предпосевной раунд на \$1 млн, чтобы помочь нам улучшить наше письмо с помощью ИИ**

Linguix основан в 2020 году. Инструмент помогает людям лучше выражать свои мысли, мгновенно улучшая письмо, позволяет учиться на ошибках. По сути, представляет собой комбинацию функций Grammarly и Duolingo. По состоянию на январь 2022 года имеет 170 тысяч пользователей.



**Платформа для обучения в режиме реального времени Growth School привлекла \$5 млн**

Growth School (Индия) основана в 2020 году. Сотрудничает с экспертами для создания высокоэффективных групповых программ личностного и профессионального роста.

### Программа гуманитарной инженерии Kalvi привлекает \$1,7 млн в рамках посевного раунда

Kalvi (Индия) основана в 2021 году. Знакомит студентов с масштабным мышлением и помогает им естественным образом развивать эмпатию, вместо того чтобы слепо учить теорию.



### Компания My First Five Years из Манчестера привлекла 1,4 млн фунтов стерлингов на разработку своего приложения для контента и обучения

My First Five Years основана в 2021 году. Приложение помогает родителям поддерживать физическое, когнитивное и эмоциональное развитие своего ребенка в первые 5 лет жизни.



### Walo получает \$1,1 млн на обучение детей финансовой грамотности

Walo (Канада) помогает научить своих юных пользователей финансовой грамотности с помощью игр. Предлагает игровое мобильное приложение, которое позволяет родителям автоматизировать выплаты детям, помогает родителям научить детей управлять своим первым банковским счетом.

## Прочие



### Европейский фонд

Европейский фонд edtech Impact Educapital привлекает 100 млн евро и планирует достичь 150 млн евро к концу года

Европейский фонд Educapital основан в 2017 году. Инвестирует средства в 20 европейских стартапов в сфере образовательных технологий, делая ставку на стадию А. Средний размер чека будет составлять от 3 млн до 10 млн евро.



Perlego привлекает \$50 млн, чтобы реализовать свое видение «Spotify для учебников»

Perlego основан в 2017 году в Великобритании. Бизнес-модель построена вокруг идеи сделать подписку на книги не бесплатной, но значительно более доступной для студентов или даже учреждений, чем покупка учебной полиграфии.



Latitud получает посевное финансирование в размере \$11,5 млн для масштабирования следующего поколения технологических стартапов в Латинской Америке

Основан в 2020 году. Миссия Latitud – ускорить рост технологических решений мирового уровня, сделан-

ных в Латинской Америке. Позволяет любому основателю разумно учредить венчурную компанию, готовую к глобальному масштабированию. Имеет образовательные программы мирового уровня.



**Египетский стартап Thndr привлекает \$20 млн для демократизации инвестиций на Ближнем Востоке и в Северной Африке**

Thndr – цифровое многоязычное приложение, обучающее инвесторов и позволяющее им принимать собственные инвестиционные решения и вкладывать средства в свою экономику.

Часть вторая

# Российский рынок

- Дайджест событий за I квартал 2022 года
- Инвестиции в edtech по итогам I квартала 2022 года
- Рейтинг EDtechs.ru
- Обзор сегментов по итогам I квартала 2022 года
- Тренды и прогнозы

# Дайджест событий

## за I квартал 2022 года

Образовательный холдинг Ultimate Education привлек 500 млн рублей для выхода на новые рынки

Образовательная компания Ultimate Education закрыла раунд на 500 млн рублей от Vershina Capital и двух family-офисов Никиты Мишина и Константина Николаева. Инвесторы суммарно получили 30% в Ultimate Education.

Цель – через объединение нишевых игроков с крупными сообществами и качественным образовательным продуктом построить большой диверсифицированный бизнес, сначала в России и СНГ, затем в Юго-Восточной Азии и Европе.



Российская онлайн-школа «Зерокодер» привлекла 20 млн рублей (\$257 тысяч) от Сергея Солонина и других инвесторов

Основана в 2020 году.

Обучает профессии no-code-разработчика. Возможность для многих людей без технического образования в течение 3–6 месяцев войти в IT-отрасль и повысить свой доход. К 2023 году планирует обучить no-code-разработчиков первые 100 тысяч россиян. No code – это программирование

без кода с помощью специальных платформ для визуальной разработки.



Школа программирования Kodland с российскими основателями привлекла \$9 млн от группы фондов, среди которых Baring Vostok.

На курсы Kodland записались больше 16 тысяч учеников из 40 стран мира, включая Великобританию, США, Канаду и Индонезию.



Основатели SEMRush инвестировали в приложение EWA для изучения языков \$2,7 млн

В раунде приняли участие Олег Щеголев и Дмитрий Мельников, основатели SEMrush, к которым присоединились Day One Ventures, Elysium, Марат Кичиков, соучредитель Bitfury, Марк Вранеш, бывший финансовый директор Zynga, Джефф Шоугер, бывший финансовый директор Niantic, и многие другие. Новый капитал будет использован для расширения ассортимента продукции.



Платформа EWA использует клипы и мемы из реальных фильмов,

телешоу, книг и игр, чтобы сделать изучение языка интересным и эффективным. Российская IT-школа для детей Rebotica вышла на рынок Индии

Перед этим компания работала в стране в тестовом режиме. В локальной команде сейчас больше 20 человек, из них 10 – педагоги. В этом году Rebotica планирует нанять еще 40 преподавателей. Пока у компании 50 учеников, но она намерена увеличить их количество до 500 до конца 2022 года.



**Planeta.ru сделала бесплатным доступ к курсам и мастер-классам по краудфандингу**

Свободный доступ к образовательным занятиям платформы «краудпродюсер.рф» для всех желающих открыт до конца весны. На платформе «краудпродюсер.рф» до 31 мая можно бесплатно пройти шесть видеокурсов и прослушать шесть мастер-классов по различным аспектам краудфандинга.



**VK открыла набор на бесплатные курсы для студентов и выпускников вузов**

На интенсивных курсах, которые продлятся три месяца, их участников обучат digital-маркетингу, IT-рекрутменту и коммуникациям в IT-сфере.

**АО «РОББО» завершило третий этап проекта «Внедрение платформы VR-моделирования робототехнических устройств Varwin Robotics»**

Varwin Robotics предназначена для массового создания мультимедийных интерактивных онлайн-курсов по робототехнике на основе VR-технологий. При поддержке Российского фонда развития информационных технологий платформа запущена в промышленную эксплуатацию.



**Softline объявил о подписании соглашения о приобретении российской «Академии АйТи», что позволит укрепить позиции в быстрорастущем секторе технического образования по всему миру и в сфере решений образовательных технологий. Приобретение 85% доли в «Академии АйТи» объединяет провайдера решений для корпоративного обучения и управления обучением с существующим бизнесом Softline в области технического образования и обучения и ускоряет стратегию роста компании на развивающихся рынках.**



**Образовательная платформа EDUTORIA заработает этой весной**

Компания «Сбер» запускает в России образовательную платформу EDUTORIA.

Платформа представляет собой маркетплейс, где российские компании смогут продавать и продвигать свои образовательные продукты. Авторы курсов смогут самостоятельно создавать образовательный контент с помощью встроенного сервиса – онлайн-конструктора. На площадке также будут работать методисты, которые помогут упаковать продукт начинающим производителям контента. Кроме того, на платформе появится система таргета, которая позволит привлекать людей, заинтересованных в изучении конкретных тем. Так, платформа будет предлагать пользователям наиболее интересные для них программы обучения. С EDUTORIA постепенно начинают сотрудничать лидеры рынка, например «Нетология», GeekBrains, Skillbox и другие. Поставщики уже могут загружать свои курсы на платформу.



### **Бизнесмен из списка Forbes Игорь Рыбаков станет учредителем йошкар-олинского университета iSpring**

Первый набор студентов в университет при компании iSpring начнется в этом году. Можно поступить на четыре специальности: программирование, маркетинг, веб-дизайн и преподавание информатики.



### **Сергей Минаев открыл школу**

### **истории**

Главред российского Esquire объявил о запуске нового образовательного проекта. К удивлению многих, это не «Уроки легенд» и даже не «Марафон желаний». Под брендом Minaev School были запущены курсы, которые готовят старшеклассников к ЕГЭ по истории.



### **Клиенты GeekBrains требуют возврата денег**

Клиенты образовательной платформы GeekBrains подали к ней коллективный иск. Они требуют компенсации из-за того, что компания не возвращает деньги за онлайн-курсы, если студент решил отказаться в начале обучения. Это одно из первых подобных обращений в суд на быстрорастущем рынке образовательных сервисов. Исход дела может повлиять на организацию бизнес-процессов других игроков, полагают эксперты.

Приостановление деятельности и сотрудничества, уход из России, увольнения, запреты, нововведения и т. п.



### **Школа HackerU становится Образовательным центром по кибербезопасности CyberEd.**

Школа HackerU вышла из состава рос-

сийской группы компаний Humantek, входящей в международную технологическую группу Prytek. Новое название компании – Образовательный центр по кибербезопасности CyberEd. Мажоритарным владельцем компании стал предприниматель, основатель компании Chinacampus Network, экс-управляющий партнер Humantek Group Александр Авакянц.



**AACSB, AMBA, BGA и EFMD объявили о приостановке своей деятельности в России**

AACSB, Ассоциация MBA (AMBA), Ассоциация выпускников бизнеса (BGA) и EFMD вышли с совместным заявлением, в котором сообщили, что коллективно решили приостановить всю деятельность по членству и аккредитации российских учебных заведений до дальнейшего уведомления. Это означает, что замораживается выдача новых аккредитаций и реаккредитация.



**Одна из крупнейших платформ онлайн-образования Coursera разрывает отношения с партнерами из России**

Контент от российских университетов и корпоративных партнеров больше не будет доступен для новых участников. Приостанавливается сотрудничество с университетами,

бизнесом и госучреждениями. Учащиеся из России не смогут оплатить новые курсы, а на завершение действующих дается 90 дней.



**Слушатели платформы Coursera смогут теперь учиться на онлайн-курсах СПбГУ на платформе СПбГУ и на национальной платформе «Открытое образование»**

На данный момент на платформе Coursera было размещено 198 онлайн-курсов и 20 специализаций СПбГУ, слушателями которых являются 980 605 человек.



**Британская образовательная корпорация Pearson приостанавливает поставки продукции и продажи услуг в России и Беларуси в связи со спецоперацией РФ на Украине**

Компания работает более чем в 70 странах и разрабатывает продукты для цифрового и виртуального обучения, а также предоставляет услуги по оценке качества образования.



**Агентство Qmarketing сменило название на sQale**

Ребрендинг компании связан с покупкой доли в ней онлайн-школой Skyeng. Школа вошла в капитал Qmarketing Academy в ноябре прошлого года и получила 25% в уставном капитале.

## Онлайн-школа английского языка для детей All Right прекращает бизнес в России

Информация об этом появляется при попытке посетить сайт All Right. С 10 марта российские пользователи не смогут получать образовательные услуги на платформе онлайн-школы английского языка All Right. Позднее онлайн-школа для детей и подростков Skysmart от Skyeng и онлайн-школа английского языка для детей All Right договорились предоставить возможность российским студентам и преподавателям из All Right продолжить обучение на онлайн-платформе Skysmart.



## Российские школьники будут жить не по PISA. ОЭСР приостановила участие России в международном исследовании

Санкции, введенные из-за «специальной военной операции» на Украине, коснулись российских школьников. Как выяснил «Ъ», в этом году в РФ не будет проводиться международное исследование по оценке образовательных достижений учащихся PISA. По инициативе организации в этом году также не будут проводиться два других исследования: TALIS – оценка уровня подготовки учителей, а также PIAAC – проверка компетенций взрослого населения.

В Рособнадзоре готовы проводить отечественные исследования качества образования.



Платформа EdX не только закрыла доступ для пользователей из России, но и удалила весь контент российских вузов.



Альтернатива Coursera и Udemy. Российский стартап заменит мировые маркетплейсы открытых курсов

Coursera и Udemy – гиганты, ушедшие с российского рынка массового онлайн-образования, давшие место российским инновациям, которые мгновенно заняли его место. НИУ ВШЭ стал основоположником тренда, разместив на новой платформе Mentora Space свои первые курсы.

## Платформы, которые перестали работать с российскими пользователями

**Laba** – курсы недоступны пользователям из России.

**SKVOT** – курсы недоступны пользователям из России.

**RobotDreams** – курсы недоступны пользователям из России.

**EnglishDom** – занятия недоступны клиентам из России.

· All Right – ушли с российского рынка, ученики текущих курсов могут продолжить обучение в Skysmart.

· Javarush – курсы недоступны пользователям из России.

· learn.fiverr – курсы недоступны пользователям из России.

Самыми крупными игроками рынка в России можно считать три платформы – Coursera, Udemy, EdX.

## Законотворчество и постановления



**Депутаты Госдумы начали обсуждать возможность регулирования так называемых инфоцыган**

Среди предложенных вариантов регулирования – сертификация услуг онлайн-коучей, создание реестра, а также указание в договорах обязанности о возврате средств, если платная услуга не оказана. Эксперты считают, что в первую очередь это ударит по огромному количеству самозанятых репетиторов, подчеркивая, что онлайн-курсы – динамично развивающаяся и денежнотемкая сфера и быстро отрегулировать ее не получится.



**Минтруд подготовил профессиональный стандарт для бизнес-тренеров**

В нем – описание трудовых функций, список необходимых умений и знаний специалиста, а также нормы делового общения с клиентами. Проект документа об утверждении профессионального стандарта «Специалист в сфере бизнес-обучения (бизнес-тренер)» опубликовали на федеральном портале проектов нормативных правовых актов.

Процесс разработки стандарта позволяет понять исторические традиции, проблемы адаптации новой профессии, специальности к отечественным особенностям. Профстандарт – это инструмент защиты прав потребителя соответствующей услуги.

## Рособрнадзор запускает рубрику «Э-э-эксперименты!»



**Ведомство опубликовало разработанный им проект постановления правительства «О проведении эксперимента по формированию цифровых документов об образовании <...> в 2022 году».**

Проводить его планируется в три этапа.

С 1 июля по 31 августа 2022 года будет проходить проверка механизма сбора цифровых копий документов. Собрать их планируют с помощью

Единого реестра цифровых документов об образовании (ЕР ЦДО).

С 1 сентября по 31 октября 2022 года – планируется запустить сервис «Поступление в вуз онлайн». Для этого будет настроено взаимодействие модуля ЕР ЦДО с профилями граждан на «Госуслугах».

С 1 ноября по 15 декабря 2022 года будет налажено формирование цифровых документов и их размещение на «Госуслугах». В перечень не будут включены некоторые документы по промежуточной аттестации.

В эксперименте примут участие Рособрнадзор, Минцифры, Минпросвещения, Минобрнауки, Минкультуры и Минздрав, а также 37 федеральных вузов из разных регионов России.



**Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций предлагает на три года освободить от налога на прибыль организации, осуществляющие услуги в сфере edtech**

С инициативой поддержки образовательных компаний выступил глава ведомства Максуд Шадаев.

# Инвестиции в edtech

по итогам I квартала

## В какие проекты edtech инвестировали в I квартале 2022 года в России

По результатам рекордных показателей развития рынка edtech 2021 года эксперты **отмечали выраженный тренд на консолидацию**: слияние проектов в рамках крупных коммерческих холдингов и M&A. Сами edtech-компании дебютировали в качестве инвесторов. Например, «Учи.ру» за прошлый год купила доли в компаниях TutorOnline, «Ваш урок», «КодКласс» и «ЯКласс». Кроме того, с 2021 года финансовые группы и фонды поздних стадий проявляли интерес к edtech-проектам как к зрелым бизнесам с хорошей перспективой развития, в том числе выхода на IPO. Ожидалось, что в ближайшее время игроки продолжат бороться за наиболее интересные для себя рынки в погоне за ростом и активно масштабироваться за рубежом.

Однако события на Украине, последующие санкции, контрсанкции и экономический спад спутали рынку все карты. Опрошенные участники венчурного рынка оценивают перспективы крайне осторожно и предупреждают: делать однозначные выводы рано.



иллюстрация: stories / Freepik.com

«Сейчас пересматривается все: оценка, потенциал, рынки проектов. Большинство сделок, которые готовились на первое полугодие, поставлены на «холд», так как изменились интересы инвесторов и стратегов», – констатирует Наталья Царевская-Дякина, директор направления edtech Фонда «Сколково». По ее словам, в I квартале 2022 года термин «инвестиционная привлекательность» на российском рынке не использовался в принципе, так как любая инвестиция – это долгосрочное вложение, а в edtech-проект – тем более. С учетом нестабильности ситуации, резкого снижения периода прогнозирования и измене-

ния инвест-стратегий ни одна ниша этого рынка не оказалась привлекательной.

О том же говорят и цифры:

**в I квартале 2022 года общая сумма сделок со стартапами с российскими корнями превысила только 1,5 млрд рублей**

почти вдвое меньше, чем в IV квартале прошлого года. Так, например, образовательная компания Ultimate Education в феврале закрыла раунд финансирования и получила 500 млн рублей от Verшина Capital и двух family-офисов Никиты Мишина и Константина Николаева. Инвесторы суммарно получили 30% в Ultimate Education. Образовательный холдинг намерен развивать бизнес в Юго-Восточной Азии. Часть привлеченных средств пойдет на развитие

проекта Genius Education (школа digital-профессий и программирования) в Индонезии.

Еще \$9 млн в рамках раунда инвестиций A привлекла онлайн-школа программирования для детей Kodland. Средства также пойдут на усиление глобального присутствия и запуск курсов на восьми языках в ближайшие два года.

Другая российская онлайн-школа из того же сегмента – «Зерокодер» – привлекла 20 млн рублей от пула инвесторов во главе с Сергеем Солониным. Она направит инвестиции на создание новых образовательных продуктов и продвижение в регионах России. Обе сделки состоялись в январе. Примечательно, что после 24 февраля крупных сделок на рынке не было.

## Перспективы: ожидаются ли инвестиции

Бытует мнение, что в стране осталось много денег, а значит, инвесторы будут охотно вкладывать их во все подряд. Это не так, считают многие эксперты: вложения станут еще более аккуратными, осторожными, а в приоритете останутся только проекты, способные показать быстрый результат на короткой дистанции.

«Из-за ситуации с санкциями

### осталось гораздо меньше свободных денег

на российском венчурном рынке

для инвестирования и у фондов, и у стратегов, и у ангелов, – отмечает Артем Инютин, венчурный инвестор, сооснователь и управляющий партнер TMT Investments. – Ведь экономическому шоку всегда сопутствует замедление инвестиций: у кого-то денег стало меньше, кто-то из стратегов не хочет входить в новые проекты и пытается остановить падение основного бизнеса. То есть рынку нужно время, чтобы

перестроиться в новой ситуации с новыми рисками».

«Венчурные инвестиции в классическом представлении подразумевают стремительный рост и наличие выхода – и то и другое пока под вопросом. Две ключевые составляющие венчурной бизнес-модели сейчас не выглядят работающими, и станут ли они такими в будущем, пока неизвестно», – говорит Алексей Соловьев, основатель инвесткомпания A.Partners.

Между тем, по мнению эксперта, отчаиваться рано: «Я бы инвестировал в экспорт состоявшихся бизнес-моделей на развивающихся рынках, таких как LATAM, MENA, Индия и South Asia, основатели которых – серийные международные предприниматели. Еще одной привлекательной нишей являются follow-on-раунды в edtech-проекты предпринимателей с российскими корнями. Особенно в те, которые уже стали глобальными и хорошо развиваются». Например, в числе таких компаний NovaKid, Skyeng и EBAC Online.

## Меры поддержки для стартапов

Еще в конце 2021 года тренд на международное взаимодействие считался одним из ключевых: российские инвесторы активно поддерживали проекты, выходящие за рубеж, а отечественные edtech-компании покупали западные стартапы. По оценке Валерия Платонова, председателя оргкомитета конкурса стартапов edtech GESA Russia, ситуация в контексте масштабирования складывается плачевная.

«В связи с санкциями и запретами на все, что связано с Россией у западных стран, **возможности масштабирования на глобальный рынок стартапов с локацией в России сильно уменьшились** – говорит он. – Нацеленность и внедрение на остающиеся рынки еще требует адаптации и развития. Соответственно, уменьшается и привлекательность российских стартапов с точки зрения венчурных инвестиций». Сейчас Валерий Платонов занят релокацией конкурса GESA в евразийский регион: «Нас всегда интересовал выход российских стартапов на внешний рынок и сотрудничество с зарубежными фондами. Возможно, во II квартале уже будут результаты».

Еще одной проблемой, особенно для молодых проектов, станет падение потребительского спроса.



«Уже меньше компаний смогут показывать нужные темпы роста. А стратег и инвестор хотят видеть высокие темпы, при низких – цена стартапа падает, и он может привлечь гораздо меньше денег и, следовательно, хуже развиваться. Такой замкнутый круг», – говорит Артем Инютин, венчурный инвестор, сооснователь и управляющий партнер TMT Investments.

Перечисленные обстоятельства приведут к тому, что все большее значение внутри страны будет приобретать господдержка и государственные гранты.

**Наталья Царевская-Дякина,**  
директор направления edtech  
Фонда «Сколково»:

Первое, на что стоит обратить внимание edtech-стартапу, который сейчас ищет финансирование, это меры поддержки: гранты «Сколково» и Фонда Бортника, программы Московского посевного

фонда, льготное кредитное финансирование МСП и другие. Как сказал руководитель большого государственного инвестфонда: «Пора научиться взаимодействовать с государственными инструментами».

Второй шаг в поисках финансирования – партнерство с крупными коммерческими компаниями. Это не M&A, это возможность создания совместных продуктов в области образования, и такие предложения

на рынке есть, например Edutoria Сбера (это маркетплейс, где российские компании смогут продавать и продвигать свои образовательные продукты. Авторы курсов смогут самостоятельно создавать образовательный контент с помощью встроенного сервиса – онлайн-конструктора. – Прим. ред.).

Третья возможность – консолидироваться друг с другом, сейчас возможность обмена базами клиентов, апсейлинга, совместных предложений – одна из самых правильных стратегий.

# Рейтинг Edtechs.ru

## Методика составления рейтинга

Рейтинг edtech-компаний составляется с 2019 года. Его цель – охватить крупнейшие российские частные компании, работающие на рынке онлайн-образования. Ежеквартальный сбор и анализ данных позволяет сделать множество актуальных выводов о развитии рынка: его объемах и динамике роста, соотношении сегментов, расстановке сил между отдельными игроками, перспективности отдельных форматов и моделей, потребительском поведении и т. д.

Позиция в рейтинге определяется по размеру выручки за указанный период.

При составлении рейтинга анализируются финансовые показатели компаний, чья деятельность находится на стыке образовательных услуг и технологий. В основном это онлайн-школы. Кроме того, в рейтинг вошли разработчики программного обеспечения в сфере образования.

---

### Критерии участия:

1. Соответствие образовательному профилю, наличие собственной платформы – для онлайн-школ;
2. Компания имеет российское происхождение;
3. Компания является частной и не относится к структурам государственных вузов.

---

### Принципы сбора данных о выручке и включения в рейтинг:

1. Компания, соответствующая заявленным критериям, может быть включена в рейтинг в результате собственной подачи заявки или если она попала в зону внимания авторов рейтинга.
2. Всем потенциальным участникам рейтинга рассылается анкета для заполнения.

3. Заявление о нежелании участвовать в рейтинге не принимается во внимание.
4. В случае если компания игнорирует запросы о заполнении анкеты или отказывается от участия, данные о выручке оцениваются авторами исследования при участии отраслевых экспертов (эти цифры в рейтинге отмечены \*).
5. Предоставленные данные проверяются авторами исследования.
6. При проверке данных и оценке во внимание могут приниматься следующие показатели: открытые данные о выручке компании за предыдущий год из системы «Контур.Фокус», информация о трафике на сайте и количестве подписчиков в социальных сетях, заявления руководства компании в СМИ о финансовых результатах или количестве клиентов, динамика роста в сегменте и компаний-аналогов со схожей бизнес-моделью, инсайдерская информация привлеченных экспертов.
7. Для многопрофильных компаний приводится выручка только от образовательных продуктов в онлайн. Для бизнес-школ (например, «Сколково») приводится выручка только от онлайн- и blended-форматов.

# Рейтинг крупнейших компаний

## на рынке онлайн-образования EDtechs.ru

Компания	Выручка, млн руб.			Динамика, %	
	2021		2022	I кв. 2021/ I кв. 2022	IV кв. 2021/ I кв. 2022
	I кв.	IV кв.	I кв.		
1 Skillbox Holding Limited	1740	2600	2826	62,41	8,69
2 «Яндекс Практикум»	310*	176*0	1700*	448,39	-3,41
3 Skyeng	1500*	1700*	1500*	0,00	-11,76
4 Skysmart	100*	2100*	1500*	1400,00	-28,57
5 «Синергия»	1145	797,90	1381	20,61	73,08
6 NovaKid	500*	800*	1100*	120,00	37,50
7 Like Центр	570	2849	913	60,18	-67,95
8 «Учи.ру»	770*	1050*	850*	10,39	-19,05
9 «Умскул»	500*	750*	750*	50,00	0,00
10 «Фоксфорд»	419	534	656	56,56	22,85
11 iSpring	408	552	586	43,63	6,16
12 «Нетология»	300	765	553	84,33	-27,71
13 GetCourse	430	500*	405	-5,81	-19,00
14 MAXIMUM Education	330*	440*	404*	22,42	-8,18
15 «Алгоритмика»	252,4	451	395,6	56,74	-12,28
16 «Актион Университет»	350	519	374	6,86	-27,94

Компания	Выручка, млн руб.			Динамика, %	
	2021		2022	I кв. 2021/ I кв. 2022	IV кв. 2021/ I кв. 2022
	I кв.	IV кв.	I кв.		
17 «Сколково»	149	188	286,8	92,48	52,55
18 «Тетрика»	123	230	255	107,32	10,87
19 «Специалист»	199,4	314,33	253,5	27,13	-19,35
20 «ИнтернетУрок»	218,2	245	246	12,74	0,41
21 Webinar Group	238,9	315	239,1	0,08	-24,10
22 Kodland	111	174	230*	107,21	32,18
23 Visotsky Consulting CIS	219	304	200*	-8,68	-34,21
24 Ultimate Education	145,8	193	192,7	32,17	-0,16
25 «Эквио»	43,2	120	157,1	263,66	30,92
26 «Вебиум»	117,8	114,5	149,8	27,16	30,83
27 IThub college	84	130	137	63,10	5,38
28 ФРОО	14,5	108	133,2	818,62	23,33
29 TutorOnline	89	160*	130*	46,07	-18,75
30 «ЯКласс»	111	165*	125*	12,61	-24,24
31 «Дневник.ру»	120*	195*	120*	0,00	-38,46
32 AnyClass	155	117	114	-26,45	-2,56
33 OTUS	67	108	114	70,15	5,56
34 Advance	105	126	112,9	7,52	-10,40
35 EDPRO	82,9	184	107,9	30,16	-41,36

Компания	Выручка, млн руб.			Динамика, %	
	2021		2022	I кв. 2021/ I кв. 2022	IV кв. 2021/ I кв. 2022
	I кв.	IV кв.	I кв.		
36 «Турбоподготовка»	74	25*	100*	35,14	300,00
37 Alpina Digital	73,8	92	98	32,79	6,52
38 Eduson		96	94,2		-1,88
39 «Контур.Школа»	76,3	121	86,8	13,76	-28,26
40 «Деловая среда»	20,1	77	81,5	305,47	5,84
41 «Инфоурок»	80	99*	80,8	1,00	-18,38
42 HTML-Academy	60*	60*	75*	25,00	25,00
43 City Business School	90	105	70*	-22,22	-33,33
44 «Хекслет»	25	51	67	168,00	31,37
45 Mirapolis (сегмент edtech)	59	107	65	10,17	-39,25
46 «Юрайт»	47	68	63,8	35,74	-6,18
47 «Синхронизация»	40*	66*	60*	50,00	-9,09
48 Puzzle English	55*	60*	60*	9,09	0,00
49 «Юниты»	79*	90*	60*	-24,05	-33,33
50 Elbrus Bootcamp	27	41	57,6	113,33	40,49
51 Teachbase	31	58	51	64,52	-12,07
52 IntellectoKids	81	51	50*	-38,27	-1,96
53 «Академия АйТи»	30	165	50	66,67	-69,70
54 WebSoft	80*	70*	50*	-37,50	-28,57

Компания		Выручка, млн руб.			Динамика, %	
		2021		2022	I кв. 2021/ I кв. 2022	IV кв. 2021/ I кв. 2022
		I кв.	IV кв.	I кв.		
55	Uniweb	37	110*	50*	35,14	-54,55
56	Hello world	51	50*	50*	-1,96	0,00
57	«Мобильное Электронное Образование»	26,9	144	49,8	85,13	-65,42
58	Rebotica	4	38	44	1000,00	15,79
59	«Государство детей»	36,5	60	42,8	17,26	-28,67
60	Talent Rocks	31,7	47,8	41	29,34	-14,23
61	Sikorsky Beauty Academy	25,4	86	38,2	50,39	-55,58
62	Фармацевтический центр «Знание»	45,7	72	38,1	-16,63	-47,08
63	Sciencely	32,6	64	36,2	11,04	-43,44
64	Moscow Digital School	5,8	33	35,7	515,52	8,18
65	«Викиум»	41	40*	35*	-14,63	-12,50
66	ProductStar	21,8	47	34,8	59,63	-25,96
67	Level One	29,1	34	34,3	17,87	0,88
68	Ihora	17	30*	34	100,00	13,33
69	«Лабмедиа»	21,1	30*	33,2	57,35	10,67
70	Bonnie&Slide	30*	86	30*	0,00	-65,12
71	Center Game	17	53	30	76,47	-43,40
72	SkillCup	24*	31*	30*	25,00	-3,23
73	«Открытая школа»	30	40*	30*	0,00	-25,00

Компания	Выручка, млн руб.			Динамика, %	
	2021		2022	I кв. 2021/ I кв. 2022	IV кв. 2021/ I кв. 2022
	I кв.	IV кв.	I кв.		
74 SkyPro	57*	41*	30*	-47,37	-26,83
75 Deutsch School	23	28	29	26,09	3,57
76 «Поступи онлайн»	59	53	28	-52,54	-47,17
77 Motivity	23	38	28	21,74	-26,32
78 Chess First	1,9	9*	28	1373,68	211,11
79 Stepiк	29	30*	26,2	-9,66	-12,67
80 Codebreakers	2,7	16,9	24,2	796,30	43,20
81 Modum Lab	26	27	24	-7,69	-11,11
82 «Каменный город»	20,7	33	23,8	14,98	-27,88
83 «Цифриум»	8,8	57	22,6	156,82	-60,35
84 «Физикон»	22,8	56	22,3	-2,19	-60,18
85 «Центр обучения Клерк»	10,1	26	21,5	112,87	-17,31
86 SF EDUCATION	25	43	21,5	-14,00	-50,00
87 Think24	7	20	21	200,00	5,00
88 «Зерокодер»	7	19,5	20		2,56
89 Lingualeo	35*	35*	20*	-42,86	-42,86
90 Pulsar Production	21*	50*	20*	-4,76	-60,00
91 Mishka AI	5,6	56	17,1	205,36	-69,46
92 «Системы дистанционного обучения»	12	23	17	41,67	-26,09

Компания	Выручка, млн руб.			Динамика, %	
	2021		2022	I кв. 2021/ I кв. 2022	IV кв. 2021/ I кв. 2022
	I кв.	IV кв.	I кв.		
93 Examus	10*	49	15*	50,00	-69,39
94 CORE	16	18*	15*	-6,25	-16,67
95 «Антитренинги»	14,8	20	14,3	-3,38	-28,50
96 PuzzleBrain	7,1	17	12,4	74,65	-27,06
97 ProctorEdu	19	36	12,2	-35,79	-66,11
98 «Красный циркуль»	9	12	11	22,22	-8,33
99 Eilab		5,4	8,8		62,96
100 ServiceGuru	7,1	8,2	8,5	19,72	3,66

\*Оценка Smart Ranking

# Итоги I квартала 2022 года

Итоги I квартала показали, что, несмотря на трудности с продвижением и привлечением инвестиций, сектор edtech остается относительно стабильным и продолжает демонстрировать рост, хотя и с существенным замедлением.

Выручка топ-100 компаний в I квартале 2022 года составила почти 21,7 млрд рублей, что на 54,9% больше, чем год назад.

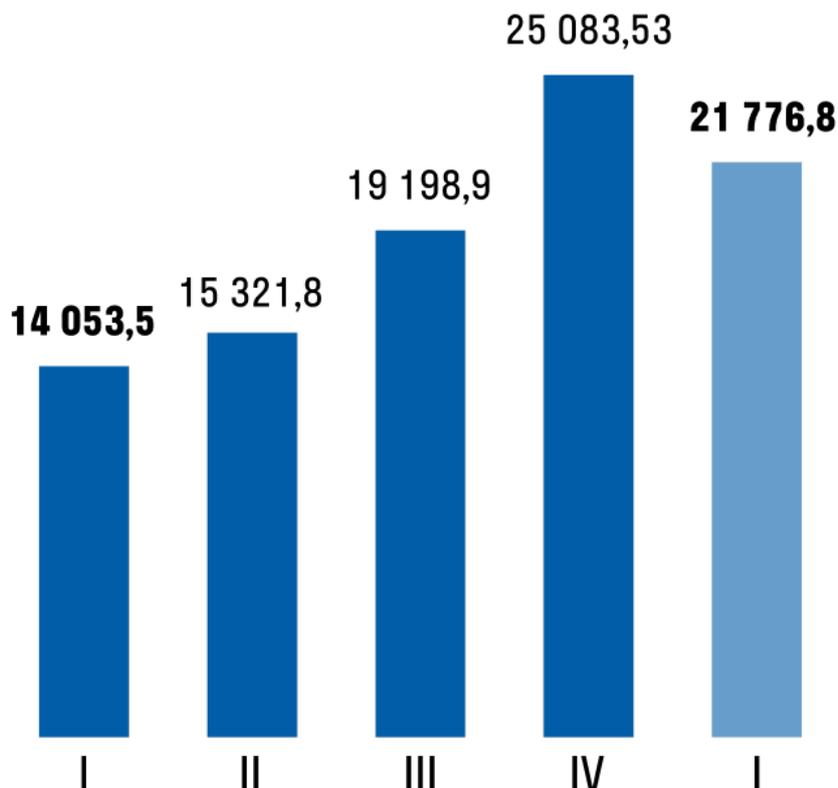
## Сравнение выручки за I квартал 2021 и 2022 годов, млн рублей



Темпы по итогам I квартала 2022 года снизились относительно среднего за прошлый год (70%. – Прим. ред.).

## Выручка Топ-100, млн рублей

● 2021 ● 2022



### Распределение выручки по основным сегментам

Сегмент	Доля в топ-100
1 ДПО	35%
2 Детское образование	29%
3 Иностранные языки	13%
4 Бизнес-образование	11%
5 Платформы и разработчики ПО	10%
6 Soft skills	2%



Лучше всего дела обстоят с сегментами дополнительного профессионального образования (ДПО) и образования для детей. Пострадали бизнес-образование,

разработчики платформ и сегмент Soft skills. Последний и вовсе показал отрицательную динамику.

### Рост рынка по сегментам за год и за квартал (на основании рейтинга EDtechs.ru)

Сегмент	Динамика за год, %	Динамика за квартал, %
1 Курсы для взрослых, ДПО	+79,46	-5
2 Детское образование (К-12 + дополнительное)	+73,31	-10,46
3 Бизнес-образование	+34,91	-42,19
4 Платформы и IT-решения для дистанционного обучения (B2B)	+31,78	-15,46
5 Иностранные языки	+27,99	+3,20
6 Soft skills	-5,57	-14,02

Впервые за время составления рейтинга было зафиксировано сокращение рынка относительно предыдущего квартала. По сравнению с IV кварталом 2021 года суммарная выручка топ-100 упала более чем на 13%: в выручке особенно пострадал сегмент бизнес-образования (на 42,19%). Только сегмент иностранных языков вырос по сравнению с IV кварталом 2021 года, но незначительно – на 3,2% (на статистику могут влиять данные компании NovaKid, основная доля продаж которой приходится на Россию).

Лидером рейтинга, как и в конце 2021 года, остается Skillbox Holding Limited из объединенных одним собственником (VK) компаний Skillbox, Geekbrains, SkillFactory, Mentorama и Lerna.

### **Больше всего свои позиции в топе укрепили компании «Яндекс Практикум» (с 5-го места на 2-е) и NovaKid (с 15-го на 6-е).**

Like Центр, который был лидером рейтинга в 2021 году, упал со 2-го места на 7-е, что показывает непростую ситуацию в сегменте бизнес-образования. В первую очередь это вызвано тем, что клиенты компании в основном были ориентированы на продвижение через Instagram\*\*.

В основном сегменте edtech – образовании для взрослых – участники рынка говорят, что спрос на все, что связано с цифровыми навыками, аналитикой, IT,

остается высоким, хотя и наблюдают стремление пользователей минимизировать затраты. Некоторые участники рынка опасаются, что компаниям придется экономить на качестве, ориентация на которое стала одним из основных трендов прошлого года.

В сегменте детского образования ситуация скорее стабильная. По данным MAXIMUM Education, который проводил опрос среди родителей школьников, несмотря на ожидание подорожания, только 17% из них собираются экономить на дополнительном образовании.

### **Самая печальная ситуация в сегменте разработчиков**

– большая часть опрошенных говорит, что столкнулись с реальными проблемами. Связано это с тем, что они были куда больше интегрированы в международный бизнес и с точки зрения контрагентов, и с точки зрения пользователей. В связи с этим компаниям приходится идти на непопулярные меры, включая сокращения персонала. В то же время в компании отмечают, что внутренний российский рынок не изменился, и уверены, что многие сложности лишь временные.

Наиболее пессимистичные настроения в Soft skills, где падение на 14%, по мнению экспертов, еще не предел. Связано это с полной перестройкой системы привлечения клиентов.

\*\* Компания Meta, частью которой являются Facebook и Instagram, теперь признана в России экстремистской.

# Обзор сегментов

## по итогам I квартала 2022 года

### Разработчики, платформы

Суммарный оборот  
в I квартале 2022 года

**1971,5** млн ₽

Доля в выручке  
Топ-100

**9,05%**

Динамика  
за год

**31,78%**

Динамика  
за квартал

**-15,46%**

### Рейтинг компаний в сегменте «Разработчики, платформы» по размеру выручки за I квартал 2021 года

Компания	Выручка, млн рублей		Динамика за год,	Выручка, млн рублей	
	I квартал 2021 года	I квартал 2022 года		IV квартал 2021	Динамика за квартал
1 iSpring	408	586	43,63	552	6,16
2 GetCourse	258*	243*	-5,81	300*	-19,00
3 Webinar Group	238,9	239,1	0,08	315	-24,10
4 «Эквио»	43,2	157,1	263,66	120	30,92
5 ФРОО	14,5	133,2	818,62	108	23,33
6 «Дневник.ру»	120*	120*	0,00	195*	-38,46
7 Mirapolis	59	65	10,17	107	-39,25
8 «Юрайт»	47	63,8	35,74	68	-6,18
9 Teachbase	31	51	64,52	58	-12,07
10 WebSoft	80*	50*	-37,50	70*	-28,57
11 «Мобильное Электронное Образование»	26,9	49,8	85,13	144	-65,42
12 «Государство детей»	36,5	42,8	17,26	60	-28,67

13	Talent Rocks	31,7	41	29,34	47,8	-14,23
14	«Лабмедиа»	21,1	33,2	57,35	30*	10,67
15	Motivity	23	28	21,74	38	-26,32
16	«Системы дистанционного обучения»	12	17	41,67	23	-26,09
17	Examus	10*	15*	50,00	-69,39	-69,39
18	CORE	16	15*	-6,25	-16,67	-16,67
19	«Антитренинги»	14,8	14,3	-3,38	-28,50	-28,50
20	Zenclass	4,5	7,2	60,00	-21,74	-21,74

\*Оценка Smart Ranking

### Топ-10 компаний в сегменте «Разработчики, платформы» по росту выручки за год

Компания	Динамика за год	Динамика за квартал
1 ФРОО	818,62	23,33
2 «Эквио»	263,66	30,92
3 «Мобильное Электронное Образование»	85,13	-65,42
4 Teachbase	64,52	-12,07
5 Zenclass	60,00	-21,74
6 «Лабмедиа»	57,35	10,67
7 Examus	50,00	-69,39
8 iSpring	43,63	6,16
9 «Системы дистанционного обучения»	41,67	-26,09
10 «Юрайт»	35,74	-6,18

Компании сегмента «Разработчики, платформы» занимают примерно десятую часть всего edtech-рынка. К этому сегменту можно отнести 20 компаний из топ-100, в сумме заработавших за I квартал 2022 года 1971,5 млн рублей.

Из них 4 компании – GetCourse, WebSoft, CORE и «Антитренинги» – упали в выручке по сравнению с I кварталом 2021 года. При этом по сравнению в IV кварталом 2021 года уже 16 компаний (все, кроме iSpring, «Эквио», ФРОО и «Лабмедиа») сократили выручку.

**Сергей Михайлов, CEO GetCourse,** отмечает, что рынок откатился по объему на уровень 2021 года, и во многом это связано с перекрытием некоторых рекламных каналов: «Потребуется перестройка путей, по которым компании будут добираться до потребителя, но когда этот процесс завершится, рынок может вернуться на прежний уровень».

По сравнению с I кварталом 2021 года позиции топ-3 не изменились. Лидером сегмента осталась глобальная компания – разработчик программного обеспечения **iSpring, которая увеличила свою выручку за год более чем на 40%** и не упала, а только выросла по сравнению с IV кварталом 2021 года на 6,16%, в отличие от большинства игроков сегмента. В январе плат-

форма улучшила аналитику – теперь в отчетах можно найти пробелы в знаниях конкретных сотрудников. А весной компания разработала свой аналог PowerPoint для клиентов, так как 4 марта компания Microsoft прекратила продажи в России.

Ближайший конкурент iSpring – площадка для продажи и проведения обучения GetCourse, возглавлявшая рейтинг во II квартале 2021 года. Падение выручки (-19% к IV кварталу) CEO GetCourse Сергей Михайлов связывает с невозможностью платить иностранным поставщикам, отказе от зарубежных хостингов: «Мы арендовали местные серверы взамен европейских, но и местные провайдеры подняли цены, поэтому у нас существенно выросли расходы на хостинг. Что касается клиентов, от сотрудничества отказались не более 5% из них, причем в основном это те, кто вообще решил закрыть свой проект». В то же время GetCourse не отказываются от идеи международного развития и ориентируется на Бразилию, Индию и некоторые азиатские страны.

Следом в рейтинге расположилась Webinar Group, выросшая в выручке за год всего на 0,08% и упавшая по сравнению с IV кварталом 2021 года на 24,10%.

Лидером по годовому росту оказался

ФРОО – его выручка выросла за год на 818,62% и составила 157,1 млн рублей даже несмотря на то, что его проект Coursera, аудитория которого насчитывала 3 млн человек, ушел с российского рынка. В 2022 года ФРОО стал участником государственной программы от Минобрнауки «Приоритет 2030», в рамках которой будет обучать студентов российских вузов цифровым компетенциям. Глава ФРОО Тарас Пустовой подтвердил, что рост связан с одним крупным заказом.

Высокие показатели роста за год сложились у «Эквио» – выручка компании выросла на 263,66%. Адаптироваться к новой реальности «Эквио» позволил акцент на работе с крупными компаниями. Глава компании Алексей Вагин говорит, что отсутствие падения с IV квартала объясняется тем, что в B2B наблюдается большая инерция сделок – в среднем 6 месяцев цикл продажи: «Мы закрывали предыдущие сделки, и события февраля пока еще не повлияли. Мы заметим падение рынка позже», – отмечает он.

Среди лидеров по росту и компания **«Мобильное Электронное Образование»**, выручка которой за год увеличилась на **85,13%** и составила **49,8 млн рублей**, однако по сравнению с IV кварталом 2021 года – упала на 65,42%.

МЭО участвует в нацпроектах «Образование» и «Цифровая экономика», предоставляя бесплатные онлайн-курсы по общеобразовательным предметам. Александр Кондаков, генеральный директор МЭО, заявляет, что в ближайшее время компания запустит мобильное приложение по контролю и корректировке личной образовательной траектории для учеников и их родителей, а также ряд новых курсов дополнительного образования для детей и взрослых. Все они будут посвящены навыкам наиболее актуальных digital-профессий. Благодаря поддержке государства часть курсов будет бесплатной.

По влиянию происходящего в стране и за ее пределами на российский бизнес опрошенные компании разделились на два лагеря – тех, кто не столкнулся с трудностями в связи со спецоперацией, и тех, кого они коснулись. Часть компаний, например «Лабмедиа» и «Системы дистанционного обучения», заявляют, что ни с какими трудностями не столкнулись, не сокращали сотрудников и не планируют этого делать. В «Мобильном Электронном Образовании» заявили, что компания продолжает развиваться, видит в ситуации новые возможности и расширяет штат. Большинство же компаний все-таки

столкнулись с проблемами разного характера – от потери клиентов с зарубежным капиталом, невозможности оплачивать зарубежные сервисы для бизнеса и услуги иностранных поставщиков, а также принимать иностранные платежи до сокращения потока клиентов, падения оборотов на площадках, подорожания рекламного трафика и стоимости хостингов, а также заморозки бюджетов на развитие.

Среди компаний, подчеркнувших возникшие в связи с военной спецоперацией трудности, штат сократили, например, в «ЭКОСТУДИО» (на 25%), «Эквио» (на 20%) и GetCourse (на 5%). Подавляющее большинство опрошенных игроков все-таки либо не планируют сокращать количество рабочих мест, либо расширяют их, как «Антитренинги» и «Лекс Системс». В «ЭКОСТУДИО», «Лекс Системс», Motivity также отметили, что процессы российского бизнеса «заморозились» – правда, коснулось это всех по-разному: кто-то останавливает финансирование разработки своих образовательных ресурсов, кто-то терпит крупные убытки от клиентов, заморозивших свои бюджеты, кто-то замораживает бюджет на развитие персонала, а кто-то, наоборот, использует паузу для повышения квалификации сотрудников. Важность переобучения сотрудников

в новых реалиях отметил также Алексей Вагин из «Эквио» – по его мнению, **рескиллинг сегодня как никогда необходим**: «Люди и компании продолжают работать, но выходят на другие рынки, требующие быстро под него подстроиться».

При этом большая часть компаний оставили свои маркетинговые бюджеты на прежнем уровне. Увеличился бюджет у «Лабмедиа» (делают ставку на партнерства, кросс-маркетинг и органический трафик), «Мобильного Электронного Образования» (оптимизировали бюджет в связи с изменением рекламного рынка) и Zenclass. Сильно сократился маркетинговый бюджет на внешнюю рекламу у Motivity – разница в феврале и марте составила 84%. Компания намерена увеличивать рекламный бюджет на такие каналы, как «Яндекс», «Телеграм», VK и Mytarget, а также направить силы на поиск нестандартных путей продвижения и активное ведение инбаунд-маркетинга. После запуска всех планируемых курсов и привлечения инвестора кратно увеличить маркетинговый бюджет в этом году планируют и в «ЭКОСТУДИО». Вместо иностранных соцсетей в качестве основных каналов продвижения пришли соцсети российские – ориентируются на рекламу в них около половины опрошенных ком-

паний. Другие же предпочли иные рекламные стратегии – контент-сотрудничество с деловыми медиа, сарафанное радио, проведение офлайн- и онлайн-мероприятий.

Среди опрошенных компаний только у ServiceGuru и Zenclass часть разработчиков покинули страну. В остальных случаях все сотрудники остались в России – компании не строят планы по релокации или не готовы признаваться в этом.

На сегодняшний момент компании в основном ожидают падения рынка по итогам года. Чьи-то прогнозы более оптимистичны: в «Эквио» и GetCourse считают, что падение спроса из-за экономического кризиса, связанного с санкциями, в краткосрочной и среднесрочной перспективе неизбежно, однако в долгосрочной (от 1 года до 5 лет) – вернется на докризисный уровень и будет расти. При этом Алексей Вагин, основатель и генеральный директор компании «Эквио», отмечает большую разницу между B2C- и B2B-обучением – первое по итогам марта – апреля уже просело на 50%, а вот какой процент падения будет у второго – пока неясно, так как компаниям нужно больше времени на перестройку бюджетов и процессов.

Основным трендом 2022 года CEO

Talent Rocks Руслан Демьяненко назвал импортозамещение: «Это касается и срочного поиска замены иностранных решений и изменений корпоративных политик информационной безопасности в сторону ужесточения требований к использованию иностранных сервисов. И сами edtech-компании в условиях возросших рисков вынуждены срочно менять и переписывать существующие решения. Также мы наблюдаем возросший спрос на интеграцию edtech-решений с российскими ERP-системами (1С, Битрикс 24) и прогнозируем развитие этого сегмента B2B-рынка».

Генеральный директор «Лекс Системс» отмечает, что **при общем падении рынка могут «выстрелить» точечные проекты**, финансируемые государством, – это будет небольшое число компаний, удачно продвинувших свои ПО и сервисы, замещающие утраченные в связи с санкциями: «Мелкие игроки, которым не хватит запаса прочности (на 3 года минимум), вынуждены будут свернуть свою деятельность, крупные – существенно трансформируются, сожмутся, конкуренция в итоге снизится. Спрос существенно упадет, изменится его структура. Образовательные продукты станут лаконичнее и дешевле. Возрастет роль государства в формировании контуров нового

edtech».

Подтверждают это мнение и в **Motivity** – основатель компании **Данила Жаров** отмечает, что спрос упадет на 30% и более, компании будут биться за долю схлопывающегося рынка, закроются или уйдут из РФ многие зависимые от инвестиций проекты: «Новых малышей будет появляться меньше, рынок будет перекраиваться и прореживаться. Мы увидим большое количество поглощений».

Более оптимистичные прогнозы у «Антитренингов»: в компании считают, что рынок либо будет развиваться теми же темпами, что и раньше, либо также продолжит расти, но с той позиции, на которую его откатила военная операция. «Антитренинги» уже завершают разработку общей партнерской программы и проводят переговоры с инвесторами, которые снова вышли на связь после затишья ввиду спецоперации, развивают вебинарный сервис, спикерами которого становятся медийные личности, например **Ксения Собчак**, трансляция с которой набрала несколько десятков тысяч зрителей.

Изменение рекламной политики отметили в нескольких компаниях: например, в «ЭКОСТУДИО», «Антитренингах», «Эквио» и Zenclass. «ЭКОСТУДИО» и Zenclass считают,

что у школ уменьшатся рекламные бюджеты и начнутся сложности с продажами из-за отключения основных каналов продвижения. В «Антитренингах» полагают, что основная конкуренция сложится за трафик на «Яндексе» и «ВКонтакте» – из-за нее произойдет приток рекламодателей в myTarget, снова станет популярной реклама в тизерных сетях, SEO получит новое дыхание, будет развиваться прямая закупка рекламы у блогеров, на тематических сайтах и в телеграм-каналах. Основной проблемой в «Эквио» называют выход с российского рынка иностранных сервисов и поиск достойных альтернатив – так, в компании еще до спецоперации перешли на Huawei Store вместо Google Play и App Store.

Снижение стоимости услуг отметили «Мобильное Электронное Образование» и Zenclass. Компании сходятся во мнении о том, что снижение покупательной способности клиентов и рост конкуренции в сегменте приведут к удешевлению услуг на рынке.

В «Антитренингах» и «Лекс Системс» подчеркнули сокращение возможности получать инвестиции и кредитование из-за проблем с приемами платежей из-за рубежа. «Антитренинги» выражают надежду, что банки постепенно решат этот вопрос в пользу российского рынка, а в «Лекс Системс» считают, что

в высокотехнологичные проекты государство не будет вкладываться без особой нужды, и развивать бизнес в этих условиях будет сложно, так как все силы будут направлены на выживание.

А вот в «Лабмедиа» в ситуации видят выгоду **и ожидают, что уход зарубежных партнеров с рынка создает новые ниши**, а консолидация ресурсов и финансов вокруг госструктур создаст дополнительные возможности к развитию отечественного ПО.

Валерий Леонтьев, директор «Лабмедиа», заявляет, что компания планирует активно продвигать свою платформу для обучения с геймификацией. Таким образом, большая часть компаний сегмента (16 из 20) упала в выручке по сравнению с IV кварталом 2021 года, но за год в целом рынок показал стабильный рост. Однако точно прогнозировать, продолжится ли этот рост в дальнейшем, пока невозможно – внешнеполитические события усложнили работу компаний, заставили их менять кадровую и рекламную политику и адаптироваться к новой реальности.

## Дополнительное профессиональное образование

Суммарный оборот  
в I квартале 2022 года**7597,37** млн РДоля в выручке  
Топ-100**34,89%**Динамика  
за год**79,46%**Динамика  
за квартал**-5,00%**Рейтинг компаний в сегменте ДПО по размеру выручки  
за I квартал 2021 года

Компания	Выручка, млн рублей		Динамика за год,	Выручка, млн рублей	Динамика за квартал
	I квартал 2021 года	I квартал 2022 года		IV квартал 2021	
1 Skillbox Holding Limited	1 740,0	2826	62,41	2600	8,69
2 «Яндекс Практикум»	310,0	1700	448,39	1760	-3,41
3 «Нетология»	300,0	553	84,33	765	-27,71
4 «Синергия» (ДПО)	435,1	528,6	21,49	379,5	39,29
5 «Акцион Университет»	350,0	374	6,86	519	-27,94
6 «Специалист» (ДПО)	160,9	226,1	40,51	283,3	-20,20
7 Ultimate Education	145,8	192,7	32,17	193	-0,16
8 IThub college	84,0	137	63,10	130	5,38
9 «OTUS Онлайн-образование»	67,0	114	70,15	108	5,56
10 EDPRO	70,5	91,7	30,14	156,4	-41,37
11 Eduson	20,0	94,2	371,00	96	-1,88
12 «Контур.Школа»	76,3	86,8	13,76	121	-28,26
13 «Хекслет»	25,0	67	168,00	51	31,37
14 «Юрайт»	47,0	63,8	35,74	68	-6,18

15	Elbrus Bootcamp	27,0	57,6	113,33	41	40,49
16	«Академия АйТи»	30,0	50	66,67	165	-69,70
17	HTML-Academy	60,0	75	25,00	60	25,00
18	Talent Rocks	31,7	41	29,34	37,8	8,47
19	Sikorsky Beauty Academy	25,4	38,2	50,39	86	-55,58
20	Фармацевтический центр «Знание»	45,7	38,1	-16,63	72	-47,08
21	Moscow Digital School	5,8	35,7	515,52	33	8,18
22	ProductStar	21,8	34,8	59,63	47	-25,96
23	Center Game	10,2	18	76,47	31,8	-43,40
24	SkyPro	57,0	30	-47,37	41	-26,83
25	Stepik	29,0	26,2	-9,66	30	-12,67
26	Codebreakers	2,7	24,2	796,30	16,9	43,20
27	«Каменный город»	18,6	21,4	14,98	29,7	-27,88
28	«Центр обучения Клерк»	5,1	10,75	112,87	13	-17,31
29	SF EDUCATION	25,0	21,5	-14,00	43	-50,00
30	«Зерокодер»	7,0	20	185,71	19,5	2,56

\*Оценка Smart Ranking

## Топ-10 компаний в сегменте ДПО по росту выручки за год

Компания	Динамика за год	Динамика за квартал
1 Codebreakers	796,30	43,20
2 Moscow Digital School	515,52	8,18
3 «Яндекс Практикум»	448,39	-3,41
4 Eduson	371,00	-1,88
5 «Зерокодер»	185,71	2,56
6 «Хекслет»	168,00	31,37
7 Elbrus Bootcamp	113,33	40,49
8 «Центр обучения Клерк»	112,87	-17,31
9 «Нетология»	84,33	-27,71
10 Center Game	76,47	-43,40

На сегмент ДПО (30 компаний) приходится треть общей выручки топ-100 за I квартал 2021 года – 7597,37 млн рублей. Только три компании – Фармацевтический центр «Знание», SkyPro и SF EDUCATION – упали в выручке по сравнению с I кварталом прошлого года. При этом уже 19 компаний упали в выручке по сравнению с IV кварталом 2021 года.

За год позиции топ-3 изменились незначительно – «Нетология» сместила «Синергию» (ДПО) с третьей строчки рейтинга, заработав в I квартале 2022 года 553 млн рублей. С 2021 года

«Нетология» участвует в проекте «Цифровые профессии» – программе дополнительного образования для взрослого населения со скидкой 50% за счет федерального бюджета. На первой и второй строчке позиции сохранили лидеры прошлого года – Skillbox Holding Limited и «Яндекс Практикум», заработавшие в I квартале 2021 года 2826 млн и 1700 млн соответственно. По мнению директора «Актион Университета» Ильи Курмышева, победа в рейтинге Skillbox Limited объясняется тем, что холдинг объединяет крупных

игроков в сегменте дополнительного образования, работает с популярными профессиями, имеет хорошее контентное наполнение и грамотный подход к стратегии по слияниям и поглощениям, пишут «Ведомости». В Skyeng и «Синергии» считают, что лидерство Skillbox Limited на рынке обеспечено большими маркетинговыми бюджетами. «Яндекс Практикум», в свою очередь, в конце 2021 года запустил новую образовательную программу совместно со «Сколково» – Executive product management. Она объединила практики управленческого образования и экспертизу «Яндекса» в создании IT-продуктов.

В конце 2021 года компания Skillbox Holding Limited сократила 300 сотрудников – в компании объяснили это оптимизацией процессов после слияния Skillbox и Geekbrains. В конце 2021 года в «Яндекс Практикум» открыли новую образовательную программу совместно с бизнес-школой «Сколково» – она объединила практики управленческого образования и экспертизу «Яндекса» в создании IT-продуктов.

**Лидером роста по эффекту низкой базы стала небольшая компания Codebreakers, выросшая за год на 796,30%, до 24,3 млн рублей выручки.**

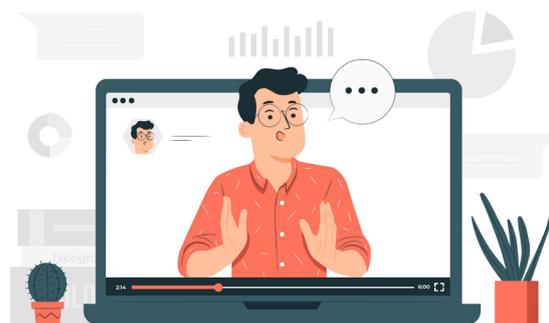


иллюстрация: stories / Freepik.com

Следом расположилась Moscow Digital School, также по низкой базе выросшая на 515,52%, до 35,7 млн рублей. Закрывает тройку лидер рынка «Яндекс Практикум», увеличивший выручку за год на 448,39%.

«Мы увидели существенный рост спроса именно на IT-профессии – а это именно наша ниша, – говорит Евгений Лебедев, глава «Яндекс Практикум» в России. – И при закрытии многих маркетинговых каналов у нас очень хорошо себя показала реферальность – наши студенты и выпускники рекомендовали учиться именно у нас – доля реферальных продаж дошла до 30% в марте».

С проблемами ввиду внешнеполитической обстановки так или иначе столкнулись подавляющее большинство опрошенных компаний. Игроки выделяют следующие основные трудности: уход или заморозка работы части клиентов – международных компаний, общая настороженность бизнеса, блокировка основных рекламных каналов и иностранных ПО,

необходимость перестройки маркетинга на доступные инструменты, замедление и заморозка проектов, прием платежей нерезидентов, приостановка международной сертификации, кредитование (рассрочка) от банков, падение спроса на продукт в первые недели спецоперации до 30%. Тем не менее две трети опрошенных компаний увидели в изменениях работы и позитивные моменты – упавший в первые недели спрос на их продукты вскоре восстановился – компаниям удалось быстро перестроить внутренние процессы, чтобы адаптироваться к обстановке: перейти на российское ПО, изменить продуктовую линейку, добавив в нее короткие курсы и широкие кросс-профессиональные курсы, направленные на развитие софт- и диджитал-скиллов, срочно удалить уроки и вебинары, связанные с работой в запрещенных ныне соцсетях, заменить авторизованные курсы иностранных авторов на авторские отечественные.

В «Хекслет» и Sikorsky Beauty Academy отмечают, что кризисная ситуация играет многим компаниям на руку и показала, что спрос на обучение надежным и стабильным профессиям с конкретными прикладными навыками остается актуальным, так как люди рассматривают их как «запасной аэродром» в случае потери основного дохода.

Участники рынка обращают внимание на меры государственной поддержки отрасли. Поэтому общее ожидание – ДПО сместится в IT-образование.

В апреле стартовал проект «Цифровые профессии» от Минцифры РФ. К нему присоединилась, например, «Нетология»: компания будет обучать специалистов Python-, iOS-, Java-разработке и другим востребованным профессиям.

CEO «Каменного города» Родион Брехач подчеркивает, что спрос будет расти на то, что транслирует государство, – конкуренция не ослабнет среди игроков, которые сохраняют позиции.

**В компании также прогнозируют появление новых видов контента на рынке и продолжение тренда на гибридное обучение в сжатые сроки**, когда за 2-4-8 месяцев можно получить новую профессию и быть востребованным на рынке труда.

«Академия АйТи» продолжает помогать в переподготовке кадров по цифровым профессиям – уже третий год компания принимает участие в федеральном проекте «Кадры цифровой экономики» – такие проекты, по мнению ректора Игоря Морозова, сейчас позволяют существенной доле населения выйти на новый уровень цифровых компе-

тенций.

Основные изменения продуктов коснулись замены ставших резко неактуальными курсов (например, уроков по SMM), маркетинговой стратегии (переходу на рекламу в российских социальных сетях) и запуска антикризисных программ для клиентов.

### **Перераспределить маркетинговый бюджет без изменения его размеров пришлось большинству опрошенных компаний.**

Они перешли на российские соцсети, контент-маркетинг, Account-based marketing, реферальные и партнерские программы, SEO-оптимизацию, influence-маркетинг. Сократили бюджет среди опрошенных только в «Красном циркуле» (на время, «пока рынок немного устаканится») и в «Нетологии» (на 20% – с перераспределением на новые каналы). Увеличили бюджет только в «Зерокодере», где согласно плану теперь делают упор на работу с блогерами. При этом покинуть страну не стали подавляющее большинство опрошенных компаний – среди них есть лишь точечные релокации нескольких преподавателей. Только Фармацевтический центр «Знание» уточнил, что основатели еще с 2020 года не живут в России, и в будущем в компании планируют релоцировать

IT-команду – на российском бизнесе, по мнению «Знания», это никак не отразится.

Половина опрошенных компаний ожидают падения рынка и снижения спроса на продукцию. В Stepik отмечают, что из-за снижения покупательной способности клиентов вырастет конкуренция и снизятся цены на услуги на рынке. По мнению сооснователя и исполнительного директора компании «Зерокодер» Кирилла Пшинника, продажи сильно зависят от вариантов рассрочек, которые банки сегодня дают неохотно и только на короткие сроки: «Если финансовая ситуация стабилизируется и вернуться варианты оформления на 24, 36 месяцев, то это положительно скажется на продажах». То же число компаний отмечают вероятность роста конкуренции и подорожание маркетинга из-за сокращения трафика запрещенных соцсетей, потери доступа к технологиям, оттока кадров и разрыва связей с международными партнерами. Позитивнее на ситуацию смотрят в трети опрошенных компаний. «Академия АйТи» ожидает стабильный спрос, особенно на услуги по переводу иностранного контента и систем дистанционного обучения – на российские облачные решения. Компания участвует в госпроекте «Кадры для цифровой

экономики», согласно которому у населения есть возможность получить от государства компенсацию за обучение от 50 до 100%.

В «Нетологии» подчеркивают, что спрос на получение digital-профессий будет расти – этому способствует и утечка IT-кадров из России, и повышение уровня безработицы. В Sikorsky Beauty Academy ждут сохранения высокого спроса в сегменте обучения прикладным практическим навыкам,

при этом прогнозируют падение спроса на обучение soft skills и корпоративное обучение.

Мнения участников сегмента о будущем ДПО-рынка разделились примерно поровну: часть компаний ожидают неминуемого падения спроса на продукцию, сложностей с налаживанием маркетинговых стратегий и роста конкуренции. Другая же часть игроков ждет роста сегмента и помощи государства в реализации новых IT-проектов.

## Детское образование

Суммарный оборот  
в I квартале 2022 года

**6205,28** млн ₽

Доля в выручке  
Топ-100

**28,48%**

Динамика  
за год

**73,31%**

Динамика  
за квартал

**-10,41%**

### Рейтинг компаний в сегменте «Детское образование» по размеру выручки за I квартал 2021 года

Компания	Выручка, млн рублей		Динамика за год,	Выручка, млн рублей	Динамика за квартал
	I квартал 2021 года	I квартал 2022 года		IV квартал 2021	
1 Skysmart	100	1500	1400,00	2100	-28,57
2 «Учи.ру»	770	850	10,39	1050	-19,05
3 «Умскул»	500	750	50,00	750	0,00
4 «Фоксфорд»	419	649,4	55,00	534	21,62
5 MAXIMUM Education	330	404	22,42	440	-8,18
6 «Алгоритмика»	252,4	395,6	56,74	451	-12,28
7 «Тетрика»	123	255	107,32	230	10,87
8 «ИнтернетУрок»	218,2	246	12,74	245	0,41
9 Kodland	111	230	107,21	174	32,18
10 «Вебиум»	117,8	149,8	27,16	114,5	30,83
11 «ЯКласс»	111	125	12,61	165	-24,24
12 «Турбоподготовка»	74	100	35,14	25	300,00
13 Advance (детское)	63	67,7	7,52	75,6	-10,40
14 «Инфоурок»	80	80,8	1,00	99	-18,38

15	«Синергия» (детское)	60,4	72,9	20,58	42,1	73,04
16	IntellectoKids	81	50	-38,27	51	-1,96
17	Hello world	51	50	-1,96	50	0,00
18	Rebotica	4	44	1000,00	38	15,79
19	Sciencely	32,6	36,2	11,04	64	-43,44
20	Ixora	17	34	100,00	30	13,33
21	Chess First	1,9	28	1373,68	9	211,11
22	«Цифриум»	8,8	22,6	156,82	57	-60,35
23	«Физикон»	22,8	22,3	-2,19	56	-60,18
24	Think24	7	21	200,00	20	5,00
25	Mishka AI	5,6	17,1	205,36	56	-69,46

\*Оценка Smart Ranking

### Топ-10 компаний в сегменте «Детское образование» по росту выручки за год

Компания	Динамика за год	Динамика за квартал
1 Skysmart	1400,00	-28,57
2 Chess First	1373,68	211,11
3 Rebotica	1000,00	15,79
4 Mishka AI	205,36	-69,46
5 Think24	200,00	5,00
6 «Цифриум»	156,82	-60,35
7 «Тетрика»	107,32	10,87

8	Kodland	107,21	32,18
9	Ihora	100,00	13,33
10	«Алгоритмика»	56,74	-12,28

К сегменту детского образования относятся 25 компаний, на которые приходится треть выручки топ-100 за I квартал 2022 года (компании NovaKid, Lingualeo в данном отчете отнесены к сегменту «Иностранные языки»).

### Только три компании – «Физикон», IntellectoKids и Hello world – упали в выручке за год.

По сравнению с IV кварталом 2021 года в выручке упали уже 12 компаний.

Позиции топ-3 по сравнению с I кварталом 2021 года изменились – лидеров прошлого года «Учи.ру», «Умскул» и «Фоксфорд» сместил Skysmart (проект Skyeng), теперь занимающий первую строчку с выручкой 1,5 млрд рублей (по оценкам) как в рейтинге по выручке, так и в топе по росту (потерял 28,57% по сравнению с IV кварталом 2021 года). В первую очередь рост Skysmart связывают с увеличением интереса родителей и школьников к дополнительному образованию онлайн из-за пандемии: сейчас Skysmart проводит в месяц около

270 тысяч уроков в разных форматах: индивидуальные, групповые и параллельные занятия. А также с развитием направления английского для детей.

На второй строчке расположился безусловный лидер прошлых лет – «Учи.ру» с выручкой 850 млн рублей, количество учеников которого за год увеличилось до 10 млн. При поддержке уполномоченного при президенте по правам ребенка открывает доступ на год ко всем образовательным продуктам для детей из многодетных малоимущих семей. На третьей строчке оказалась компания «Умскул» с выручкой 750 млн – 25% акций компании в конце 2021 года выкупила VK за общую сумму в 1,66 млрд рублей, чтобы расширить свое присутствие на рынке образования.

Кратный рост показала небольшая франшиза шахматного клуба Chess First, за год выросшая в выручке на 1373,68%, до 28 млн рублей. Следом за ней расположилась Rebotica, увеличившая выручку на 1000% – с 4 до 44 млн рублей. В обоих случаях речь идет об эффекте низкой базы – обе компании в прошлом году стар-

товали с выручки всего в несколько миллионов рублей.

Основная проблема, с которой столкнулись компании сегмента детского образования в I квартале 2021 года, – резкое снижение трафика (его отметила половина опрошенных компаний) в связи с закрытием части значимых маркетинговых каналов – Facebook, Instagram\*. Компаниям пришлось перестраивать внутренние процессы и искать новые пути продвижения – продажи за подписку, внутренние рассрочки и т. д.

CEO Sciencely Михаил Кнеллер отмечает, что компания испытала резкое падение спроса на 50% в первые две недели после 24 февраля, но дальше спрос восстановился и пока больше не снижался: «У нас достаточно высокая доля офлайна в бизнесе, поэтому положительный эффект от снижения заболеваемости ковидом пока перекрывает падение спроса из-за кризиса». Компании также столкнулись с экстренной необходимостью пересматривать способы оплаты для зарубежной аудитории и ощутили на себе рост цен на услуги облачных сервисов – эту проблему отмечают, например, в «ИнтернетУроке» и «Фоксфорде».

**При этом штат сократили только небольшая часть опрошенных компаний**

– уволено от 5 до 50% сотрудников. Уверяют, что не почувствовали существенных изменений от внешнеполитических событий в Ixora, «Физиконе» и MAXIMUM Education. Последние, по словам гендиректора MAXIMUM Education Михаила Мягова, наблюдали «некоторое замирание» первые 2-3 недели после 24 февраля, но позже ситуация выровнялась. В компании объясняют временное падение спроса шоком и неопределенностью, возникшими в первый месяц спецоперации.

Маркетинговый бюджет в пределах плана остался только у малой части опрошенных компаний – «ИнтернетУрока», MAXIMUM Education и «Тетрики», где перераспределили бюджет между каналами. Упал бюджет на рекламу, например, в Advance (в 6 раз), ChessFirst, CEO Sciencely (практически до нуля), Mishka AI (кратно для российского рынка). Увеличить бюджет на рекламу в тестовом режиме планируют в «Фоксфорде», iSmart и Think24. При этом ни одна из опрошенных компаний не релоцировалась из России и не планирует этого делать – лишь считаное количество сотрудников Think24 и «Фоксфорда» переехали в другие страны.

Самой ощутимой тенденцией компании признали сжатие рынка из-за потери платежеспособности

\*\* Компания Meta, частью которой являются Facebook и Instagram, теперь признана в России экстремистской.

клиентов и смещение ценностей граждан на наиболее необходимые траты. В то же время директор «ИнтернетУрока» Ольга Перлина считает, что даже в ситуации заметной инфляции на образовании детей начнут экономить в последнюю очередь. Многие компании подчеркивают, что повышенный интерес государства к edtech-рынку приведет к тому, что отрасль получит господдержку, но в первую очередь это коснется крупных инфраструктурных продуктов. Еще одна треть игроков уверены, что рынку придется переориентироваться на новые рекламные каналы, искать новые инструменты и способы привлечения клиентов по типу международного эквайринга, банковских рассрочек, сетевого и контент-маркетинга, разнообразных агентских схем, прямых продаж

и т. д. К тому же игроки отмечают грядущие трудности с поиском инвестиций для любых компаний – от малых до крупных – с этим согласны, например, в MAXIMUM Education и Sciencely.

За год компании сегмента детского образования показали уверенный рост, однако упавшие у большинства игроков показатели выручки по сравнению с IV кварталом 2021 года говорят о том, что прогнозировать безусловный рост сегмента в 2022 году пока рано. Компании надеются, что клиенты не станут экономить на образовании детей, однако подчеркивают, что инфляция может заставить их сократить траты на дополнительное образование своих отпрысков.

## Бизнес-образование

Суммарный оборот  
в I квартале 2022 года

**2357,2** млн ₽

Доля в выручке  
Топ-100

**10,84%**

Динамика  
за год

**39,94%**

Динамика  
за квартал

**-42,21%**

### Рейтинг компаний в сегменте «Бизнес-образование» по размеру выручки за I квартал 2021 года

Компания	Выручка, млн рублей		Динамика за год,	Выручка, млн рублей	
	I квартал 2021 года	I квартал 2022 года		IV квартал 2021	Динамика за квартал
1 Like Центр	570	913	60,18	2849	-67,95
2 «Синергия» (бизнес)	571,2	688,9	20,60	398	73,06
3 «Сколково»	149	286,8	92,48	188	52,55
4 Visotsky Consulting CIS	219	200	-8,68	304	-34,21
5 «Деловая среда»	20,1	81,5	305,47	77	5,84
6 City Business School	90	70	-22,22	105	-33,33
7 «Юниты»	79	60	-24,05	90	-33,33
8 Modum Lab	26	24	-7,69	27	-11,11
9 «Специалист» (бизнес)	17,5	22,3	27,09	27,6	-19,38
10 «Центр обуче- ния Клерк»	5	10,7	112,87	13	-17,31

\*Оценка Smart Ranking

### Топ-10 компаний в сегменте «Бизнес-образование» по росту выручки за год

Компания	Динамика за год	Динамика за квартал
1 «Деловая среда»	305,4	5,84
2 «Центр обучения Клерк»	112,8	-17,31
3 «Сколково»	92,48	52,55
4 Like Центр	60,18	-67,95
5 «Специалист» (бизнес)	27,09	-19,38
6 «Синергия» (бизнес)	20,60	73,06
7 «Каменный город»	14,98	-27,88
8 Modum Lab	-7,69	-11,11
9 Visotsky Consulting CIS	-8,68	-34,21
10 City Business School	-22,22	-33,33

Десятую долю рейтинга занимает сегмент бизнес-образования – 13 компаний из топ-100, в сумме заработавшие в I квартале 2022 года 2359,63 млн рублей. Только 4 из 13 компаний упали в выручке по сравнению с I кварталом прошлого года. Юлия Карпенко, директор Открытых программ Московской школы управления «Сколково», отмечает, что в I квартале наблюдается ожидаемое снижение выручки от B2B-программ, так как этот сегмент во многом вернулся в офлайн на фоне продолжающегося смягче-

ния ковидных ограничений.

Позиции топ-3 по сравнению с прошлым годом изменились не существенно – «Синергия» (бизнес) переместилась с первой на вторую строчку с выручкой 688,9 млн. Несмотря на то что Like Центр сильно упал в общем рейтинге (с 1-й на 7-ю строчку), так как его клиенты сильно зависели от ныне запрещенной в России сети Instagram, компания стала лидером в своем сегменте в I квартале 2021 года с выручкой 913 млн рублей. На третьей строчке

бизнес-школа «Сколково», в 2021 году занявшая 49-ю строчку в рейтинге лучших бизнес-школ Европы по версии FT.

Несмотря на то что дочерняя компания Сбера **«Деловая среда» недавно попала под блокирующие санкции США, она все равно оказалась лидером роста в сегменте** и выросла за год на 305,47%, до выручки 81,5 млн рублей за I квартал 2022 года. В конце III квартала 2021 года «Деловая среда» и «Сбербизнес» запустили обучающий проект по банковскому сопровождению контрактов – базу знаний для предпринимателей, информирующую малый и средний бизнес об особенностях работы с крупными коммерческими и государственными контрактами.

По эффекту низкой базы значительно вырос и «Центр обучения Клерк» – на 112,87%, до выручки 10,75 млн рублей в I квартале. Следом расположилась школа управления «Сколково» с ростом 92,48% и выручкой 286,8 млн рублей, еженедельно запускаящая все новые и новые проекты от онлайн-интенсивов до флагманских образовательных программ. «Сколково» планирует запуск нового образовательного формата – «бизнес-интенсивы» – очень короткие (по сравнению с классическим форматом «Сколко-

во») программы на актуальные темы. Тематики и контент были разработаны на основе информации, которую компания оперативно собрала со своих клиентов (B2B и B2C) сразу после начала кризиса.

Среди проблем, с которыми столкнулся сегмент бизнес-образования, компании отметили: сокращение бюджетов на обучение из-за снижения покупательной способности клиентов, проблемы с лидогенерацией из-за блокировки ресурсов, сложности с командами (состояние стресса у сотрудников) и сложности с выплатами зарплат. Трудностей не заметили, например, в Modum Lab и «Центре обучения Клерк». В трети опрошенных компаний сократили штат.

Маркетинговый бюджет пересмотрели, в том числе сократили, в большей части опрошенных компаний.

Остался в рамках плана бюджет у Modum Lab и «Центр обучения Клерк». Основную ставку компании теперь делают на сети «Яндекса», VK, посеиы в телеграм-каналах, email-маркетинг, баннеры, поп-арты, онлайн- и офлайн-мероприятия и т.д. Из опрошенных компаний только Alpina Digital, Talent Rocks и Wake U ответили о планах релокации: покидать Россию не планируют.

Роль и значение корпоративного

обучения в условиях турбулентности, по мнению игроков, только возрастет: с этим согласны в Modum Lab, где считают, что рынок продолжит развиваться теми же темпами, в Alpina Digital, где уверены, что сегмент будет развиваться еще усерднее за счет желания компаний повысить скиллы своих сотрудников и адаптировать бизнес к новым реалиям, и в «Сколково», где отмечают, что спросом будут пользоваться короткие, компактные формы обучения.

Таким образом, компании ожидают, что рынок бизнес-образования продолжит планомерно развиваться в 2022 году на фоне повышения спроса на корпоративное обучение для сотрудников.

Василий Алексеев, генеральный директор Like Центра, прокомментировал это следующим образом:

«Основные проблемы, с которыми мы столкнулись в I квартале, – это отключение рекламы, блокировка соцсетей, проблемы с оплатой кур-

сов из-за рубежа и с оформлением рассрочек: ставки по ним выросли, а процент одобрений резко снизился. Все это привело к тому, что объем продаж тоже начал снижаться.

Сильнее всего ситуация отразилась на наших проектах развития: мы строили 27 кампусов, готовились к акционированию и выходу на международные рынки. В связи с изменениями некоторые проекты мы приостановили, от части отказались, какие-то смогли трансформировать.

**Мы сократили маркетинговый бюджет в 5 раз. Переобучились и работаем с VK и «Телеграм», но на меньших объемах, тестируем разные форматы.**

Также продолжаем активно работать с накопленной базой целевых контактов (с оставившими заявку на обучение, вебинар, подписавшимися на email-рассылку)».

## Иностранные языки

Суммарный оборот  
в I квартале 2022 года

**2734,8** млн ₽

Доля в выручке  
Топ-100

**12,56%**

Динамика  
за год

**27,99%**

Динамика  
за квартал

**3,2%**

### Рейтинг компаний в сегменте «Иностранные языки» по размеру выручки за I квартал 2021 года

Компания	Выручка, млн рублей		Динамика за год,	Выручка, млн рублей	
	I квартал 2021 года	I квартал 2022 года		IV квартал 2021	Динамика за квартал
1 Skyeng	1500	1500	0,00	1700	-11,76
2 NovaKid	500	1100	120,00	800	37,50
3 Puzzle English	55	60	9,09	60	0,00
4 Deutsch School	23	29	26,09	28	3,57
5 Advance (языки)	21	22,5	7,52	25,2	-10,40
6 Lingualeo	35	20	-42,86	35	-42,86
7 «Синергия» (языки)	2,7	3,3	20,09	1,9	72,33

\*Оценка Smart Ranking

### Рейтинг компаний в сегменте «Иностранные языки» по росту выручки за год

Компания	Динамика за год	Динамика за квартал
1 NovaKid	120,00	37,50
2 Deutsch School	26,09	3,57
3 «Синергия» (языки)	20,09	72,33
4 Puzzle English	9,09	0,00

5	Advance (языки)	7,52	-10,40
6	Skyeng	0,00	-11,76
7	Lingualeo	-42,86	-42,86

Доля выручки сегмента иностранных языков составляет примерно 1/20 часть общей выручки топ-100 за I квартал 2022 года – в сумме компании заработали 2714,9 млн рублей. Только одна компания – Lingualeo – упала в выручке за год на 42,86%. При этом три компании – Skyeng, Advance (языки) и Lingualeo – упали в выручке по сравнению с IV кварталом 2021 года.

### **Позиции топ-3 по сравнению с прошлым годом и кварталом не изменились**

– лидером по-прежнему остается Skyeng с выручкой 1,5 млрд рублей. Александр Ларьяновский, управляющий партнер Skyeng, заявил, что компания продолжает развивать новые направления в формате экспериментов и по-прежнему считает перспективной нишу дополнительного школьного образования.

На второй строчке расположилась компания NovaKid, которая к тому же является и лидером по росту выручки в I квартале 2022 года: за год выручка школы выросла на 120%, до 1,1 млрд рублей. Однако

надо понимать, что львиная доля этой выручки приходится не на российский рынок. NovaKid пользуется большим спросом в Европе: в феврале 2022 года компания вошла в пятерку лучших образовательных онлайн-платформ для детей по результатам исследования Deutschland Test.

На третьей строчке обосновалась школа английского языка Puzzle English, увеличившая выручку за год на 9,09% – до 60 млн в I квартале 2022 года.

Вторую строчку после NovaKid в рейтинге по росту компаний заняла Deutsch School, увеличившая выручку за год на 26,09%, до 29 млн рублей. Евгений Матвиенко, CEO Deutsch Online, заявил, что в этом году компания будет увеличивать конверсии в оплаты за счет разнообразия продуктов под разные цели и по доступным ценам и искать новые каналы привлечения, на которые раньше могли не обращать внимания. Высокий рост показала и «Синергия» (языки) в связи с эффектом низкой базы: компания выросла за год на 20,09% и заработала 3,3 млн рублей.

Основными проблемами, возникшими на фоне внешнеполитической обстановки, компании посчитали трудности с переводами от клиентов с карт иностранных банков – это отметили, например, в Alfa School и Deutsch Online. Не менее важной оказалась проблема потери рекламных площадок в социальных сетях, сокращение охватов и отток подписчиков – это подчеркнули в Deutsch Online и Skyeng. При этом Skyeng не посчитали проблему критичной, хотя компании пришлось скорректировать имеющиеся и создать совсем новые стратегии и способы коммуникации с аудиторией.

Не отказывались от сотрудничества клиенты в Alfa School, а в Deutsch Online их даже прибавилось. При этом из опрошенных игроков только в Skyeng заявили, что ряд компаний временно приостановили или инициировали полное расторжение сотрудничества с языковой школой: «Их сложно разделить по нишам, так как нет никакой закономерности». Также только в Skyeng изменился состав сотрудников, однако со спецоперацией в компании этого не связывают: школа еще в декабре 2021 года заявила о реструктуризации – это не новая практика для Skyeng, сотрудники которой регулярно проводят анализ эффективности работы и оптимизацию.

Только компания Alfa School поделилась, что незначительно изменила маркетинговый бюджет: основной приток клиентов на курсы идет через сарафанное радио, партнерские программы, привлечение через социальные сети. Компания не покинула Россию и планирует продолжать работу в штатном режиме.

Большая часть опрошенных компаний осторожны в прогнозах, но надеются, что рынок будет расти. По мнению директора Alfa School Святослава Кондратова, динамика развития будет положительной, спрос на продукты сохранится: **«Возможно, будет существенное увеличение спроса среди B2B-сегмента, который релоцировал свои офисы за пределы РФ.** Отсутствие же доступа к зарубежным сервисам и оплаты услуг в России приведет к необходимости переориентации потребителя на отечественные аналоги, например приложения-тренажеры для изучения иностранных слов». Со Святославом частично согласен CEO Deutsch Online Евгений Матвиенко – он считает, что спрос непременно останется, рынок будет развиваться, но темпы роста замедлятся – популярными станут курсы, направленные на адаптацию к жизни за рубежом: в компании будут сохранять цены, проводить

выгодные акции и промомероприятия для привлечения новых клиентов и лояльности текущих минимум до сентября. Частные репетиторы, по мнению Матвиенко, будут терять учеников, как и мелкие школы, не имеющие лояльную аудиторию. А из-за снижения каналов привлечения и перегретых оставшихся каналов рекламные кампании будут неэффективными.

Будущее пока видится игрокам туманным – многое будет зависеть от поддержки школ государством. Так ситуацию комментирует Александр Ларьяновский: «Мы сейчас видим диаметрально противоположное отношение государственных

органов к рынкам. Минцифры совершенно четко говорит, что IT-компаниям стране нужны, в то время как оба профильных министерства в сфере образования вообще ничего не говорят, что можно расценивать как «не нужны». От этого очень сильно будет зависеть рынок: если государство пойдет в атаку на edtech, то рынок или упадет, или станет серым, а если этого не случится, то, скорее всего, в рублях рынок вырастет раза в два».

Таким образом, в основном компании сегмента иностранных языков ожидают планомерного, но замедленного роста рынка, основанного в том числе на спросе клиентов, переехавших за рубеж.

## Soft skills

Суммарный оборот  
в I квартале 2022 года

**413,28** млн ₽

Доля в выручке  
Топ-100

**1,9%**

Динамика  
за год

**-5,57%**

Динамика  
за квартал

**-6,8%**

### Рейтинг компаний в сегменте Soft skills по размеру выручки за I квартал 2021 года

Компания	Выручка, млн рублей		Динамика за год,	Выручка, млн рублей	
	I квартал 2021 года	I квартал 2022 года		IV квартал 2021	Динамика за квартал
1 GetCourse	172	162	-5,81	200	-19,00
2 AnyClass	155	114	-26,45	117	-2,56
3 «Синергия» (soft skills)	41,6	50,2	20,45	29	72,84
4 Level One	29,1	34,3	17,87	34	0,88
5 Advance (soft skills)	21	22,58	7,52	25,2	-10,40
6 PuzzleBrain	7,1	12,4	74,65	17	-27,06
7 Center Game	5,1	9	76,47	15,9	-43,40
8 Eilab	6,7	8,8	31,34	5,4	62,96

\*Оценка Smart Ranking

### Рейтинг компаний в сегменте Soft skills по росту выручки за год

Компания	Динамика за год	Динамика за квартал
1 Center Game	76,47	-43,40
2 PuzzleBrain	74,65	-27,06
3 Eilab	31,34	62,96

4	«Синергия» (soft skills)	20,45	72,84
5	Level One	17,87	0,88
6	Advance (soft skills)	7,52	-10,40
7	GetCourse	-5,81	-19,00
8	AnyClass	-26,45	-2,56

Самый малочисленный сегмент рейтинга – «Другое взрослое», насчитывающий восемь компаний, общая выручка которых за I квартал 2022 года составила 413,28 млн рублей. Всего две компании (что интересно, лидеры сегмента) – GetCourse и AnyClass – упали в выручке по сравнению с I кварталом 2021 на 5,81% и 26,45% соответственно. В то же время уже целых пять компаний сегмента упали в выручке по сравнению с IV кварталом 2021 года.

По сравнению с прошлым годом позиции топ-3 не изменились – на третьей строчке, следом за GetCourse и AnyClass, расположилась «Синергия» (soft skills), выросшая за год на 20,45% и заработавшая в I квартале текущего года 50,2 млн рублей. В конце 2021 года «Синергия» запустила акселератор для образовательных стартапов с общим фондом 1 млрд рублей – он рассчитан на 30 edtech-участников, создающих цифровые инструменты

по повышению эффективности обучения. Прибыль AnyClass, в свою очередь, упала за год на 26,45%, так как 80% продаж компании приносил Instagram.

Лидерами роста по эффекту низкой базы стали компании Center Game и PuzzleBrain, выросшие на 76,47% (9 млн выручки в I квартале текущего года) и 74,65% (12,4 млн рублей в I квартале) соответственно.

Самой распространенной проблемой, судя по опросу компаний, оказалась сложность приема платежей из-за границы – ее отметили, например, в компаниях «Арнион», GetCourse и Skill Inst. В GetCourse ситуацию прокомментировали так: **«В реальности серьезные изменения коснулись только тех инфопредпринимателей, значительная доля аудитории которых находится за рубежом.** Простого способа принимать оплату от пользователей за пределами России пока не появилось, но пла-

тежные сервисы ищут решение этой проблемы».

Не менее важной проблемой оказалась невозможность получать лиды из таргетированной рекламы в ныне запрещенных социальных сетях, из-за чего компании теряют клиентов, – эту сложность подчеркнули в «Арнионе», GetCourse, «Прокторе» и Skill Inst. Чтобы адаптироваться к новым реалиям, в Skill Inst перестроили бизнес-модель: перешли с таргетинга в Facebook на таргетинг в myTarget и «ВКонтакте» (с небольшим уменьшением ROMI). Перестроить весь маркетинг пришлось и в PuzzleBrain – основатель Артем Захаров рассказал, что компания изменила воронку входа и каналы трафика.

В GetCourse также подметили, что при текущей высокой ставке банки оценивают риск невозврата кредита значительно выше, поэтому одобряемость кредитов катастрофически упала, а выручка от курсов в рассрочку сократилась на три четверти. Среди опрошенных компаний только в Skill Inst пересматривают штат – сменяют иностранных фрилансеров-исполнителей на отечественных. В части компаний снизился маркетинговый бюджет – «Арнион» (на 30%), PuzzleBrain (в 3 раза) и Skill Inst. Теперь игроки делают ставку на сети «Яндекса» и «ВКонтакте». Не изменился бюджет в «Прокторе»

– там ориентируются на SEO-оптимизацию и LinkedIn за рубежом. А в Eilab в связи с тестами новых каналов и площадок даже немного увеличился. При этом большая часть компаний не покинули и не собираются покинуть Россию; в «Прокторе» четверть сотрудников переехали на неопределенный срок и еще пятая часть планирует эмигрировать, а в Skill Inst пока воздерживаются от комментариев по этому вопросу.

**«Арнион», «Проктор» и PuzzleBrain прогнозируют падение продаж минимум на 30% и снижение спроса в связи с изменением каналов привлечения клиентов**, оттоком иностранных инвестиций, перебоями в работе ПО и платежных систем. В то же время основатель Института навыков Skill Inst Кирилл Москвитин предполагает, что российский рынок все же покажет рост в 2022 году, но он будет незначительный – не более 15% по отношению к 2021 году. В PuzzleBrain и Skill Inst также солидарны в том, что на рынке возрастет доля новых каналов привлечения – контент-маркетинга, event-маркетинга, создания образовательных кампусов или коворкинг-центров, продажи франшиз под «живые» проекты. Таким образом, большинство компаний ожидают падения рынка в 2022 году из-за смены каналов про-

движения, проблем с платежными системами и перебоями в работе ПО.

**«Рынок точно ожидает падение по году минимум на 30%,**

– считает Артем Захаров, основатель PuzzleBrain.ru. – Основная проблема – изменение каналов привлечения новых клиентов».

# Тренды и прогнозы

Основная проблема прогнозирования в текущих условиях состоит в том, что пока неясны границы грядущей перестройки всей российской экономики:

- сколько продлится период острого негативного воздействия на экономику;
- каким будет падение ВВП (прогноз на 2022-й пока в диапазоне минус 7-10%);
- как изменится структура экономики, а с ней – спрос на профессии.

Пока ресурсы экономики позволяют избегать острой фазы кризиса и дают время компаниям пересобрататься и адаптироваться к внешним условиям. Проблема в том, что на текущей стадии все движется по инерции и в рамках ранее утвержденных планов, а очертания будущего могут измениться в любой момент. В краткосрочной перспективе каждый сегмент будет находиться под влиянием внешних факторов, мы выделяем 10 основных:

## 1. Уход зарубежных компаний из России

---

### Последствия

Увольнение сотрудников, прежде всего в секторах сервиса и производства.

### Влияние на B2B

Падение спроса на корпоративное обучение.

### Влияние на B2C

Падение спроса на корпоративное обучение.

## 2. Перекрытие зарубежных транзакций

---

### Последствия

Потеря зарубежных клиентов, возможности работать с релоцированными сотрудниками, развивать бизнес за рубежом, покупать зарубежное ПО.

### Влияние на B2B

Возможные сбои в работе, прерывание связей с контрагентами и необходимость искать альтернативы. Одновременно запрос на импортозамещение как позитивный эффект.

**Влияние на B2C**

Замыкание на локальном продукте: пересмотр учебных программ с более четкой ориентацией на ученика из России, его базовый уровень знаний, менталитет и пр.

**3. Падение покупательной способности****Последствия**

Первым обычно страдает средний ценовой сегмент с наиболее жесткой конкуренцией, а также товары/услуги не первой необходимости.

**Влияние на B2B**

Сокращение бюджетов на обучение сотрудников на внешних ресурсах.

**Влияние на B2C**

Перемещение основного спроса на дешевые программы с понятным результатом.

Отложенный спрос: потребители будут стремиться вложить свободные деньги в исчезающие импортные товары и могут откладывать учебу, «которая никуда не денется».

**4. Закрытие привычных маркетинговых каналов****Последствия**

Несмотря на наличие альтернативных российских площадок, которые, несомненно, показывают рост, подобные переходы не могут быть без потерь. К примеру, аудитория Facebook может смещаться в «Телеграм», где может не быть аналогичных инструментов.

**Влияние на B2B**

Падение спроса в связи со снижением бизнес-активности B2C.

**Влияние на B2C**

Сокращение потока новых клиентов, сложности с их привлечением у мелких игроков.

Сокращение маркетинговых бюджетов, сбережение средств.

Закрытие и перестройка традиционных курсов по продвижению.

## 5. Отсутствие четкого прогноза и понимания перспектив

### Последствия

Компании ставят проекты на паузу, люди пересматривают жизненные планы.

### Влияние на B2B

Замораживание проектов внедрения систем дистанционного обучения.

### Влияние на B2C

Хаотичное потребительское поведение от стремления быстрее инвестировать деньги в образование до резкой смены амплуа и, наоборот, выбор в пользу «синицы в руке», нелюбимой, но стабильной работы. Падение спроса на предпринимательские курсы.

## 6. Увеличение государственных инвестиций в экономику и образование

### Последствия

Госпроекты по подготовке IT-специалистов.

Поддержка программ по развитию отечественного ПО.

Денежные вливания в стратегически важные отрасли.

### Влияние на B2B

Увеличение доли государственных компаний и учреждений среди клиентов.

Рост совместных программ с госучреждениями различного типа.

Возможный передел рынка ПО в пользу «своих» компаний.

### Влияние на B2C

Наличие возможности компенсировать затраты на учебу заставит многих делать выбор в пользу IT-специальностей без необходимой мотивации. Школам стоит учитывать опасность влияния этого фактора на результат, который надо будет предъявлять заказчику.

## 7. Новостной фон с финансового рынка

---

### Последствия

Изменения ключевой ставки, курса валют помимо общего влияния на финансовое состояние и доступ к кредитованию компаний могут создавать волны спроса.

### Влияние на B2B

Отсутствие финансовой стабильности будет крайне плохо сказываться на клиентах из частного сектора, особенно в сфере услуг.

### Влияние на B2C

Колебания спроса. Восстановление кредитования поможет вернуть многих клиентов, но не всех.

## 8. Релокация части среднего класса

---

### Последствия

Будут вымываться люди востребованных на мировом рынке профессий, прежде всего в IT. С учетом того что о подобных планах редко сообщают заранее, существует опасность недооценивания масштабов. Спонтанная волна эмиграции может в течение года смениться осознанной, когда будут релоцироваться целые коллективы.

### Влияние на B2B

Сокращение предложения на рынке труда.

Потеря специалистов.

Потеря подрастающего поколения стартапов, которые могли бы давать сектору свежую кровь.

### Влияние на B2C

В детском сегменте: это даже могло бы вызвать дополнительный спрос на дистанционное обучение со стороны уехавших семей. Однако без решения проблемы транзакций крупные школы удовлетворить этот спрос не смогут.

Рост спроса на IT-специалистов.

## 9. Изменение потребительских настроений и ожиданий

---

### Последствия

Состояние стресса существенно снижает желание делать покупки, инвестировать, а также плохо сказывается на работоспособности.

### Влияние на B2B

Рост роли менеджмента, чьи настроения будут определять будущее компании.

Отношение как к вызову может смениться на более депрессивное. Любая трудоемкая отрасль будет терять эффективность.

#### Влияние на B2C

Переход на короткие программы, так как трудные и долгие потребитель может не вытянуть.

Рост запроса на развлекательный контент, психологическую прокачку.

В ДПО: более сильная интеграция с работодателями.

## 10. Изменение государственного нарратива

#### Последствия

Образование, прежде всего детское, будет подвергаться все большему контролю.

#### Влияние на B2B

Консолидация рынка ПО.

#### Влияние на B2B

Может возникать дополнительный спрос на домашнее обучение.

Коррекция программ также заставит искать альтернативу (пример – иностранные языки).

Тем не менее, несмотря на то что негативное воздействие общей ситуации в экономике явно превышает позитивное, edtech находится в положении лучше, чем многие другие отрасли. В целом нет ожиданий обрушения или какого-то мощного падения. По нашим данным, около 25-30% компаний (в зависимости от сегмента) пришлось сокращать

персонал, однако мы не можем вычлени из этого доли влияния фактора прежнего перегрева – ряд компаний шли на такие меры еще до конца февраля 2022 года. Опять же, можно вспомнить, что с сокращениями персонала столкнулся рынок Индии, не имеющий такого мощного внешнего воздействия.

В целом участники рынка и эксперты выделяют следующие тренды:



## 1. Смена каналов продвижения

Блокировка зарубежных площадок заставила компании полностью изменить систему привлечения трафика, многие сначала оказались с неосвоенными маркетинговыми бюджетами. Однако рост конкуренции на отечественных площадках привел к росту цен, стоимость привлечения клиента выросла.

«В доступные российские рекламные площадки хлынул поток рекламодателей, – рассказывает Ольга Перлина, директор «ИнтернетУрока» по маркетингу и коммуникациям. – В какой-то момент затраты на привлечение клиента резко возросли: на сузившемся пространстве за клиента

стало бороться большее количество желающих. Но по прошествии нескольких недель нам удалось отладить кампании и найти дополнительные лазейки для того, чтобы удержать маркетинговый бюджет в запланированных параметрах».

Перестройка заставила многих обратиться к полузабытым схемам. «Когда с рынка уходят 2 из 3 основных рекламных систем, на первый план выйдут контент-маркетинг, разнообразные агентские схемы, сетевой маркетинг, прямые продажи и т. д., – прогнозирует Михаил Кнеллер, CEO Sciencely. – В общем, возврат к девяностым и двухтысячным».



## 2. Сужение рынка

Компании дают очень разные прогнозы по поводу конкуренции: с одной стороны, количество клиентов сокращается, а борьба за них усиливается, с другой – участники рынка ожидают оттока и самих компаний, не имеющих длинных денег.

«Вероятнее всего, конкуренция на рынке чуть спадет, – говорит Александр Згода, генеральный директор

Центра образовательных технологий Advance. – Те, кто был хоть как-то подготовлен к ситуации и имел запас прочности, выживут, а остальным, скорее всего, придется искать разные варианты: от ухода с рынка до слияния с более крупными игроками».

Суммарно это укладывается в ожидаемое сужение рынка. Которому

сопутствует снижению цен на первом этапе и их рост впоследствии.

«К основным проблемам для рынка можно отнести падение реальных доходов населения и возможное снижение инвестиций государства в edtech-рынок и, как следствие, – покупательной способности



### 3. Рост доли IT-профессий

Неравномерное развитие разных направлений выведет вперед тех, кто получит поддержку государства (так, в рамках проекта «Цифровые профессии», предполагающего компенсацию стоимости обучения от 50 до 100%, планируется обучить более 100 тысяч человек).

«Вероятна просадка продаж на рынке в связи со смещением ценностей граждан на наиболее необходимые траты, – говорит Мария Ильевич-Стучкова, директор по маркетингу Think24. – Но при этом возможен скачок в развитии самих IT-продуктов на edtech-рынке, так как они могут получать дополнительные преференции со стороны государства».

В итоге доля IT-профессий будет расти, курсы личного развития –

населения и образовательных организаций, – говорит Александр Кондаков, генеральный директор компании «Мобильное Электронное Образование». – Рост конкуренции в сложившейся экономической ситуации приведет к снижению стоимости услуг на рынке».

падать. Последний сегмент может быть в будущем представлен всего несколькими игроками, в то время как среди IT-профессий начнется суровая конкурентная борьба.

«Правительство анонсировало очень серьезные меры по поддержке IT-отрасли в России, поэтому я думаю, что в первую очередь ДПО сместится в пИТ-образование, – рассуждает Кирилл Пшинник, сооснователь, исполнительный директор «Зерокодера». – Продажи в хобби, личностном развитии и не связанных с IT профессиях будут падать».

В долгосрочной перспективе за дефис госденег на образование включатся вузы, и, понимая это, частные компании, скорее всего, будут стремиться к партнерству с ними.



## 4. Замедление консолидации

Это будет связано с замедлением роста и со снижением инвестиционного фактора. Компании могут взять паузу в сделках из-за необходимости переоценки рынка. «Возможно, процесс консолидации притормозится: тут ключевым игрокам понадобится время, чтобы осмотреться, насколько

изменился ландшафт, – продолжает Ольга Перлина. – Поскольку стремительного роста рынка мы сейчас не наблюдаем, то, скорее всего, на первый план выйдут вопросы отладки всех процессов и повышения эффективности на каждый вложенный рубль».



## 5. Разделение бизнеса

Некоторым компаниям придется разделять свой российский и зарубежный бизнес. По данным Smart Ranking, по итогам 2021 года подразделения за рубежом развивали около 30% участников рейтинга. Причем есть вероятность, что им придется делать выбор в пользу чего-то одного. Так, с российского рынка изучения иностранных языков ушли ряд международных компаний.

«Думаю, большинству компаний придется делать выбор – фокусироваться на зарубежном рынке и, вероятно, заниматься релокацией команды или сжиматься и оставаться на российском рынке, – говорит Михаил Кнеллер. – С инвестициями будет туго везде. Основной проблемой для первых будут всевозможные трудности, связанные с негативным отношением к русским фаундерам за рубежом.

Для вторых – падение покупательной способности внутри страны».

В то же время представители сегмента детского образования говорят, что их основные зарубежные рынки оказались не затронуты. «Выход на международные рынки (сейчас для России это Бразилия, Мексика, Индия, Индонезия) – один из способов выжить и найти потенциального иностранного инвестора, – рассказывает Александр Киселев, основатель и генеральный директор онлайн-школы IT-профессий Rebotica. – В Индии сейчас очень много инвестируют в edtech. Логика выхода на «международку» не поменялась. Нужно протестировать продажи на локальном рынке, и если они пойдут – найти местного партнера, локализовать продукт, запустить маркетинг, нанять команду».

Наталья Царевская-Дякина, руководитель направления edtech «Сколково»

«Большая часть I квартала прошла в режиме ожидаемого роста и стандартных механизмов привлечения клиентов, показательным будет II квартал. Сегмент ДПО – это длинные программы и длинные контракты, но и эффект от экономических потрясений у них проявляется медленнее, чем, например, у инфобизнеса.

Падение однозначно будет. Но есть предпосылки к тому, что не настолько критичное, как предполагали месяц назад: скорректировались и возвращаются программы рассрочки, подключились государственные меры поддержки – от кредитов до оплаты за обучение для населения. Импортзамещение в сегменте IT вызвало новую волну спроса на соответствующих специалистов и, как следствие, интерес к обучению.

Тренд на партнерство и консолидацию будет еще более выраженным. В условиях изменения механизмов рекламы и коммуникаций идея дружить клиентскими базами и делать кросс-сейл лежит на поверхности. Маленьким проектам сейчас будет сложно – обязательно появится маркетплейс, и не один, объединяющий в себе несколько образовательных предложений с функционалом работы с массовым клиентом.

Опять же импортзамещение, но уже в сегменте ПО, покажет рост у платформ HR-tech и дистанционного корпоративного обучения, хоть и на чуть более длительном диапазоне.

Будет появляться что-то принципиально новое, чего мы даже пока не знаем».

# Комментарии о текущей ситуации B2C



**Александр Вальцев,**  
основатель и CEO SF Education

«**В** конце февраля и первой половине марта был сильный шок со стороны клиентов: многие оплаты заморозились или отвалились (притом что лидогенерация почти не пострадала в этом периоде). Но уже начиная со второй половины марта спрос начал выравниваться. В апреле идем уже увереннее. Естественно, часть маркетинговых каналов «легла», и мы начали снова делать большой упор на органику («ВКонтакте», «Телеграм», прогревочные воронки и бесплатные курсы). Сейчас она дает большую эффективность, пусть и не особо прогнозируема».



**Всеволод Бельченко,**  
CEO Sikorsky Beauty Academy

«**В** начале мы столкнулись с небольшим спадом продаж – клиенты были дезориентированы и откладывали решение об обучении. Однако затем, в течение нескольких недель, наши продажи стали расти и превзошли плановые показатели. Это связано с тем, что в кризисных ситуациях клиенты стараются получить надежную и стабильную профессию, связанную с конкретными прикладными навыками. Мы учим бьюти-мастеров, это именно такая профессия. Многие люди рассматривают ее как запасной аэродром на случай потери основного дохода. Так что кризисная ситуация играет нам на руку».



**Кирилл Москвитин,**  
основатель Института навыков Skill Inst

«Мы перестроили бизнес-модель под текущие реалии, адаптировались: перешли с таргетинга на Facebook в таргетинг на mytarget и «ВКонтакте» (с небольшим уменьшением ROMI); заменяем иностранных исполнителей на отечественных (фрилансеров); разрабатываем собственное ПО, так как не находим подходящие среди отечественных».

## Прогнозы B2C

- Падение, масштаб которого будет зависеть от размера государственных вливаний.
- В сегменте иностранных языков – падение на 30% по итогам года.
- В ДПО – рост спроса на отдельные профессии.



**Александр Ларьяновский,**  
управляющий партнер Skyeng

«Мы сейчас видим диаметрально противоположное отношение государственных органов к рынкам.

Так, Минцифры совершенно четко говорит, что IT-компании стране нужны, в то время как оба профильных министерства в сфере образования вообще ничего не говорят, что можно расценивать как «не нужны». От этого очень сильно будет зависеть рынок: если государство пойдет в атаку на edtech, то рынок или упадет, или станет серым, а если этого не случится, то, скорее всего, в рублях рынок вырастет раза в два».



**Василий Алексеев,**  
Генеральный директор Like Центра

«**Р**ынок edtech будет трансформироваться и расти, хотя уже и не темпами 2021 года. Розничные клиенты будут переучиваться, прогнозирую рост сегментов B2G и B2B. Для того чтобы оставаться конкурентоспособными в период турбулентности, компаниям нужно будет массово переучивать сотрудников. И именно онлайн-образование станет оптимальным инструментом для усиления команды и улучшения финансовых результатов. Кроме того, считаю, что edtech-игроки из России достигли достаточной квалификации для экспансии технологий за рубеж. Благодаря их росту на новых территориях, тестированию новых решений будет обогащаться и локальный рынок, а в конечном счете выиграет потребитель».



**Михаил Сумбатян,**  
основатель и директор IThub group

«**М**ы столкнулись с приостановлением международной программы ВТЕС (позволяет поступить в зарубежные вузы), международной сертификации. Основной продукт развивается без изменений. В ситуации неопределенности стало сложнее вести переговоры по открытию филиалов в регионах России и странах СНГ. Тем не менее договоренности достигаются: например, скоро колледж IThub откроется в Казахстане».



**Александр Воронин,**  
коммерческий директор Zenclass

«**Н**а рынке однозначно ожидается падение. Части школ придется заново заняться заново продуктом. Например, школам по интернет-рекламе и аналитике нужно заново искать и собирать свой продукт – основные рекламные инструменты ушли с рынка. Опять же, из-за отключения основных рекламных источников у школ будут сложности с продажами. Падение покупательной способности всего рынка в целом тоже сыграет негативную роль. Будем наблюдать за тем, как бизнес будет адаптироваться к новым условиям. Пока сложно делать долгосрочные прогнозы».



**Артем Захаров,**  
основатель PuzzleBrain.ru

«**Р**ынок точно ожидает падение по году минимум на 30%. Спрос не уменьшится значительно, а вот конкуренция только ожесточится. Основная проблема – изменение каналов привлечения новых клиентов. Станет еще больше контент-маркетинга, и, думаю, увидим расцвет собственных медийных площадок от крупных онлайн-школ или тех, кто претендует на лидерство в своем сегменте. Наши планы – нащупать новые воронки для сбыта и продолжить дальше расти».

# Комментарии о текущей ситуации **B2B**



**Михаил Мягков,**

генеральный директор и основатель MAXIMUM Education

«**В** первые две-три недели после 24 февраля мы наблюдали некоторое «замирание» по принятию решений наших клиентов. Что

логично объясняется шоком и неопределенностью. Однако потом ситуация выровнялась, мы шли и продолжаем идти в плане, который стоит на этот год. В результате I квартал закончили с ростом более 20% год к году. Основной причиной отсутствия падения продаж является в целом стабильность нашего сектора дополнительного школьного образования. Мы в марте проводили опрос среди родителей школьников. Несмотря на то что большинство респондентов (84%) ожидают в 2022 году роста цен на товары и услуги для детей (в частности, 60% ожидают подорожания дополнительного образования), менее половины опрошенных (44%) задумываются об оптимизации расходов на ребенка/детей, и среди них только 17% собираются экономить на дополнительном образовании».



**Данила Жаров,**

основатель Motivity

«**К**омпания столкнулась с резким переходом на новые каналы лидогенерации в связи с отсутствием привычных, это стало основной

проблемой. Было заморожено/отменено сделок на сумму свыше 30 млн рублей. Были потеряны контракты на Украине, на зарубежных направлениях появилась осторожность и недоверие к продуктам из России (впрочем, отказов не последовало). Значительная часть наших клиентов – крупные западные компании, они сокращают или замораживают бюджеты до завершения СВО. Продукт не менялся технически, но методологию и позиционирование пришлось оперативно дорабатывать для переноса акцентов на оптимизацию расходов компаний в части HR».

## Прогнозы B2B

- В корпоративном сегменте – падение в III-IV квартале, сокращение бюджетов на 2023 год.
- В сегменте школьного ПО – продолжение роста.



**Алексей Вагин,**

основатель и генеральный директор компании «Эквио»

«**М**ы столкнулись с трудностью продления подписки на иностранные сервисы, которыми пользовались в нашей разработке.

Кроме того, нам пришлось оперативно перестроить финансовые планы и перекраивать бюджет, исходя из нескольких вариантов развития событий, практически еженедельно. Сейчас как никогда важен рескиллинг: люди и компании продолжают работать, но выходят на другие рынки, требующие быстро под него подстроиться. Мы активно предлагаем в том числе этот функционал на своей платформе.

Что касается клиентов, то отказов от контрактов и планов по внедрениям пока очень немного. Из потенциальных клиентов ушли только небольшие компании, которые очевидно и очень сильно пострадали от нарушения поставок. Если у них не остается людей, то и переобучать им некого.

II и III кварталы будут очень непростыми, так как старый спрос / планы компаний поменялись, а новый только еще формируется и обсуждается. Плюс накладывается традиционный майский и летний спад деловой активности.

В IV квартале мы ожидаем рост спроса, что традиционно происходит в B2B-секторе. Многие клиенты именно в конце года планируют бюджет или завершают освоение бюджетов, выделенных на закупку IT-решений в текущем году».



**Лилия Смирнова,**  
генеральный директор ООО «Лекс Системс»

«**В** 2022 году участники рынка будут пытаться выжить и адаптироваться к новым реалиям. В 2023 году ситуация на рынке B2B еще больше обострится, так как в 2022 году крупные корпорации, скорее всего, исполнят свои бюджеты на разработку электронных курсов, платформ и проведение обучения (это произойдет ближе к концу года), а вот в 2023 году сами плановые бюджеты будут существенно сокращены. Если быть оптимистами, то прогнозировать их восстановление до прежнего уровня можно в течение 3-5 лет.

Многие перенесли сроки реализации закупочных процедур на более позднее время – до прояснения ситуации. Компании, у которых дистанционного обучения пока нет, – сейчас о его внедрении уже не думают. Новые проекты и начинания стоят на паузе»



**Александр Суконкин,**  
финансовый директор «Модум Лаб»

«**О**снованная проблема – непонимание, что будет дальше с рынком, и, как следствие, временная заморозка бюджетов на развитие персонала. Повышение стоимости логистики, курсовые колебания, санкции, наложенные на часть товаров, в совокупности создают временное торможение рынка. Компании предпочитают на время захолдить свои инвестиции в развитие новых направлений и повышение эффективности работы. Мы остались в том же штате. Мы видим, что текущие сложности временные»

# Права на использование контента



Настоящий отчет не может использоваться в коммерческих целях третьими лицами. По договору предоставляется одному физическому лицу (без права передачи) или одному юридическому лицу (допускается передача в рамках одной организации).

Является объектом авторского права: при упоминании или цитировании обязательна ссылка на источник: аналитический отчет «Итоги I квартала 2022 года на рынке онлайн-образования России», подготовленный Smart Ranking (edtech-рынок Q1/2022, Smart Ranking).

По вопросам сотрудничества:

Дарья Рыжкова,

+7 921 315-30-34

[daria@smartranking.ru](mailto:daria@smartranking.ru)

[edtechs.ru](https://edtechs.ru)

[smartranking.ru](https://smartranking.ru)

# Команда Smart Ranking



**Дарья  
Рыжкова**



**Маргарита  
Арановская**



**Инна  
Рейхард**



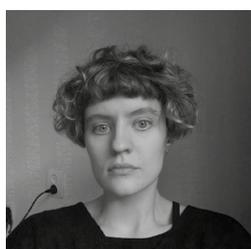
**Светлана  
Высоких**



**Яна  
Климова**



**Мария  
Суслова**



**Виталия  
Чикнаева**

# Партнеры проекта



АНТИТРЕНИНГИ



АКАДЕМИЯ АЙТИ



GETCOURSE



Skillbox



think



нетология

