Табакова Н.Д. "Образовательные онлайн-технологии и обучение иностранным языкам при помощи компьютера: значение, объемы, возможности рынка" - Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии, 2018, №6.

***Образовательные онлайн-технологии и обучение иностранным языкам при помощи компьютера: значение, объемы, возможности рынка.***

Табакова Нина Дмитриевна

доцент кафедры Экономики и управления Института международной торговли и права

121108, г.Москва, ул.Кастанаевская, 45/1-218

ntabakova@mail.ru

**Ключевые слова**: рынок информационных технологий, образовательные онлайн-технологии, компьютерное обучение иностранным языкам

Автор рассматривает текущее состояние и прогнозы развития рынка информационных онлайн-технологий и выявляет, что рынок обучения иностранным языкам при помощи компьютера существенно опережает в процентном отношении другие рынки онлайн-образования (высшее, среднее, дошкольное, дополнительное профессиональное образование и т.д.) как на современном срезе, так и по темпам роста. Такой бурный рост в данной отрасли противоречит мнению большинства экспертов-преподавателей языков о том, что цифровое обучение иностранным языкам может быть лишь небольшим дополнением к “консервативным” методам, предположительно приносящим не слишком много пользы. Автор полагает, что причинами такого интереса к данной сфере со стороны потребителей продукта являются низкая цена цифровых продуктов и желание “волшебной таблетки” (выучить язык без лишних усилий), а со стороны производителей - нестабильность рынка информационных технологий, желание быстрого заработка и потребительский спрос. Прогнозы быстрого роста данного рынка подвергаются сомнению; делается вывод о необходимости дополнительного исследования эффективности подобных программ.

**Key words**: computer-assisted language learning, online education

The author observes the current state of educational technologies online and prognoses for their developments, and discovers that computer-assisted language learning is significantly more popular with users than other types of online education. The author mentioned that most language teachers are still skeptical about online studies and doubts the prognosis for quick development of the market. She states that the effectiveness of those programs is to be studied.

[**Основные понятия. Терминологический разнобой.**](#_cnvklnxjippv) **1**

[**Особенности рынка образовательных онлайн-технологий (Educational Technologies, EdTech)**](#_u2nbezh6xl05) **3**

[**Обучение иностранным языкам как один из видов информационного предпринимательства**](#_qvn6g7f7r3yg) **4**

[**Информационные технологии для обучения иностранному языку (computer assisted language learning, CALL)**](#_854x2dq9r00h) **5**

[**Выводы**](#_56dlo6fm8fkz) **8**

[**Литература**](#_3xwnb4q61ji1) **9**

### ***Основные понятия. Терминологический разнобой.***

Тема информационного предпринимательства не слишком популярна в современной российской научной литературе, и в статистических отчетах о деятельности предпринимателей оно пока не выделено в отдельный блок. Однако очевидно, что значимость этой сферы деятельности постоянно возрастает. Термин “информационное предпринимательство” появился одновременно с “информационным обществом” и активно обсуждался в научной литературе в начале 2000 годов, после чего исследовательская активность в данной отрасли пошла на спад[[1]](#footnote-0).

В максимально широком понимании “информационное предпринимательство” – это процесс создания информационных товаров, услуг, формы и наполнение которого постоянно изменяются, отражая состояние научных и прикладных разработок, требований пользовательской среды с целью получения прибыли.

В России, по мнению А.С.Байрамуковой[[2]](#footnote-1), структурно-функциональная модель информационного предпринимательства, состоит из следующих элементов:

* консультационное обслуживание;
* сервисное обслуживание;
* управление финансово – хозяйственной деятельностью;
* организация производства;
* маркетинговые исследования;
* посредничество и сбыт;
* услуги образования.

Несмотря на внешнее сходство, термин “информационная индустрия” включает в себя гораздо меньший спектр услуг. Википедия определяет информационную индустрию как широкомасштабное производство информационных товаров и услуг различного типа на базе новейших ИКТ (от газет, журналов и книг до компьютерных игр и информационного наполнения (контента) сетей). Оно включает две существенно разные части: производство информационной техники (машин и оборудования) и производство непосредственно информации. Из этого определения уже выпадает существенный блок услуг, в том числе и образовательные, консультационные и многие другие.

Англоязычный термин information industry в традиционном понимании еще уже и включает в себя только компьютерное программирование, и информационно- коммуникационные технологии (без производства приборов).

Такой терминологический разнобой приводит, среди прочего, к тому, что объемы рынка оцениваются очень по-разному, в зависимости от того, что в него включено; чаще всего информационная индустрия оценивается частями. Помимо прочего, рынок информационных технологий относится к числу наиболее изменчивых в последние годы.

В западной литературе помимо “information industry” выделяется термин “knowledge entrepreneurship”, предпринимательство в сфере знаний, которое отличается от основного “традиционного” предпринимательства тем, что основной его целью является не только получение прибыли, но и внесение инновационного компонента в деятельность. “Предпринимательство в сфере знаний” немного ближе к “информационному предпринимательству” по определению Байрамуковой и снова включает в себя образовательные и консультационные услуги. В свете распространенной в России структурно-регрессивной безработицы и сверхквалификации (overqualification) многих работников, когда уровень образования выше, чем уровень профессиональной реализации, фактор возможной большей реализации как специалиста может дополнительно привлекать внимание предпринимателей к этой сфере.

В рамках моего исследования меня интересует лишь небольшая часть этого блока, посвященная изучению иностранных языков и обучению языкам машин, подчиненная, тем не менее, общим закономерностям: быстрому, часто не упорядоченному росту, переменчивости высокому интересу как со стороны потребителей, так и производителей. Фраза “компьютеризация всего” знакома большинству носителей русского языка, однако до какой же степени компьютеризации подвержено, действительно, “все”?

Хорошо заметны будут следующие блоки:

* обучение иностранным языкам;
* информационные технологии для обучения иностранному языку (computer assisted language learning;
* машинное обучение в части обучения языку.

Третьему блоку будет посвящено отдельное исследование; первые два предлагаю рассмотреть по отдельности.

### ***Особенности рынка образовательных онлайн-технологий (Educational Technologies, EdTech)***

Согласно данным компании App Annie, на конец октября 2017 года в магазинах App Store и Google Play предлагалось более 2 млн приложений и более 3,5 млн приложений соответственно. Кроме того, число новых приложений продолжает расти в геометрической прогрессии. За октябрь 2017 года, в App Store вышло около 50 тыс. приложений, а в Google Play добавилось свыше 150 тыс.

По оценкам аналитиков компании, в 2017 году совокупный показатель потребительских расходов в App Store и Google Play превысит $100 млн в каждой из более чем 40 стран.[[3]](#footnote-2) Аналитики компании полагают также, что мировой показатель затрат пользователей во всех магазинах мобильных приложений вырастет примерно на 30% по сравнению с предыдущим годом и в 2018 году перевалит за отметку $110 млрд. При этом самая большая доля затрат по-прежнему придется на игры.

В 2022 году, согласно прогнозу AppAnnie, оборот рынка мобильных приложений достигнет $6,3 трлн. В 2016 году этот показатель достиг $1,3 трлн. Драйвером роста станет рост объема покупок:

* товаров и услуг в гипермаркетах;
* сервисах такси;
* туристических приложениях,

к которым пользователи «привязывают» карты.

*Образовательные онлайн-технологии* (educational technologies, EdTech) - любые способы обучения, задействующие компьютерные технологии и дистанционное обучение. Внутри этих технологий выделяются два больших блока:

* *дистанционное обучение* при помощи компьютера, когда в процессе обучения задействованы как учитель, так и ученик, но они общаются онлайн;
* *цифровое обучение*, когда ученик пользуется специально разработанной для этого программой или онлайн-платформой.

Для этого рынка в последнее десятилетие характерен бурный рост, дистанционное обучение пользуется все большей популярностью. Укрепляет свои позиции и смешанное обучение (blended learning) — сочетание дистанционного формата учебы с очными аудиторными занятиями. Смешанное обучение характерно прежде всего для длительных, комплексных программ, предполагающих приобретение сложных профессиональных навыков.

 Укореняется идея непрерывного, на протяжении жизни, обучения. В России эту концепцию пока разделяет сравнительно малая часть аудитории: в массе своей россияне привержены традиционной модели образования, которая предполагает конечность учебного процесса по достижении некоей утилитарной цели (освоение профессии, получение диплома и др.). Однако компании-участники рынка усиленно продвигают такой подход.

Все важнее в онлайн-образовании становится видео: как в формате онлайн-стриминга (видеотрансляции), так и в виде потребления on-demand video (записи лекций). Требования к качеству материалов поднимаются.

 Глобальная задача образовательных онлайн технологий, согласно формулировке образовательных компаний, предлагающих продукцию на этом рынке: анализ и прикладное применение big data, технологий машинного обучения, искусственного интеллекта, в частности, для адаптивного обучения, при котором контент и задания, сам темп учебного процесса подстраиваются под конкретного студента.

Среди растущих наиболее стремительно — компании, занимающиеся цифровыми образовательными решениями, которые основаны:

— на игровых механиках (+22,4% в год до 2021 г.);

— на симуляции реальных процессов (+17%).

Стремительный рост рынка основан как на востребованности продукта, так и на стремлении компаний к дальнейшему росту. Рынок информационных технологий все еще находится в процессе постоянного становления, вновь появляющиеся технологии и игроки все еще способны существенно изменять мировой рынок, притом довольно часто это делают не профессионалы и люди с не слишком большим опытом.

Тем не менее, утверждать, что рынок образовательных онлайн-технологий в обозримом будущем сможет заменить традиционные методики обучения, на мой взгляд, более чем преждевременно. Величина российского рынка образования на конец 2016 года - 1,8 триллионов рублей, онлайн-образования - 20,7 миллиардов рублей, то есть около 1,1%. В ближайшие пять лет прогнозируется рост этого рынка более, чем вдвое, однако даже в случае, если прогнозы осуществятся, онлайн-образование будет составлять не более 2,5%.

### ***Обучение иностранным языкам как один из видов информационного предпринимательства***

Как исключение в карьерно-возрастной классификации выделяется сегмент обучения языкам. В 2015 г. объем мирового рынка обучения английскому языку составлял $60 млрд, с проникновением онлайна на уровне 2%.

Языками в той или иной форме — индивидуально, в группах или самостоятельно — занимаются порядка 2% россиян в возрасте от 25 до 64 лет. С добавлением представителей младших возрастных когорт — учащихся старших классов (15–17 лет), студентов вузов и вовлеченных в систему СПО (18–24 года) — получаем 3% от населения.

В блоке ***обучения иностранным языкам*** заметны следующие типы организаций:

* общеобразовательные школы и неязыковые специальности в вузах, включающие изучение иностранного языка в числе прочих дисциплин. Как правило, их исключают из обзоров рынка, по ряду причин как финансового, так и организационного характера: во-первых, трудно подсчитать, сколько денег в рамках общеобразовательных учреждений выделяется именно на изучение иностранного языка, а во-вторых, большинство обучающихся не может овладеть языком в рамках общеобразовательных программ (по крайней мере, так обстоит дело в современной России). Выделить в блоке общего образования раздел “обучение языкам” не представляется возможным.
* выездные языковые лагеря. Отнесение их к способам изучения представляет собой, на мой взгляд, очень спорную тенденцию, поскольку основная цель таких выездов - все же отдых, на организацию которого тратится максимальное количество средств и усилий организаторов, а количество часов иностранного языка не превышает 30-50 за 2-3 недели при групповых занятиях
* школы с углубленным изучением иностранного языка; языковые вузы и языковые специальности внутри непрофильных университетов. Эта группа по-прежнему представляет основную группу россиян, владеющих иностранным языком на уровне Upper-Intermediate и выше;
* языковые курсы (долгосрочные, представляющие обучение не менее 100-150 часов)

В блоке обучения иностранным языкам нас интересуют прежде всего языковые курсы и профильное специальное образование по лингвистическим специальностям (иностранные языки).

По результатам проведенного в июне-июле 2017 г. опроса «Исследование аудитории языкового обучения в России» групповые занятия предпочитает 39% от всей аудитории, индивидуальных слушателей насчитывается 21%, доля занимающихся самостоятельно — 40%. Отметим, самостоятельные занятия в 20% случаев совмещаются с групповыми и в 14% случаев с индивидуальными.

 На рынке репетиторских услуг 78% учащихся занимается очно с репетитором, 14% — индивидуально с преподавателем в онлайне и 8% — в смешанном, «очно-дистанционном» формате.

Обучение иностранным языкам при помощи компьютера (CALL, computer assisted language learning) - любые способы обучения, задействующие компьютерные технологии и дистанционное обучение при изучении иностранных языков.

В этой отрасли как дистанционное, так и цифровое обучение пользуется существенно большей популярностью (что, на мой взгляд, не имеет под собой логических обоснований кроме непосредственно “желания волшебной таблетки”; к слову, нередко обучающие программы рекламируются в одном ряду с, например, компьютерными играми, что тоже, на мой взгляд, определенным “несерьезным” образом характеризует всю индустрию). На конец 2016 года объем этого рынка в России занимал 1,55 миллиардов рублей, что составляет 5,8% от всего рынка языкового обучения (26,8 миллиардов рублей). К 2021 году прогнозируется рост этого рынка до 15,9%, или 3,9 миллиарда рублей

В настоящее время ежемесячный чек за офлайн-услуги в сегменте составляет порядка 4 тыс. руб. в расчете на одного обучающегося, в онлайне — 2 тыс. руб.

### ***Информационные технологии для обучения иностранному языку (computer assisted language learning, CALL)***

Рынок изучения иностранных языков при помощи компьютерных технологий в 2017 году в России оценивается в 1,55 млрд рублей; в течение ближайших пяти лет прогнозируется существенный рост этого рынка - до 3,9 млрд рублей. Объем мирового рынка изучения языков при помощи компьютера - 315,7 миллионов долларов в 2016 году. В 2017–2021 гг. «цифровая» часть рынка обещает расти в среднем на 23,36% в год — быстрее отрасли в целом, а в течение пяти лет прогнозируется рост до 15% - против 2,6% на рынке образовательных онлайн-технологий в целом. В данной работе я попыталась найти причины такого дисбаланса.

Мне как практику очевиден хорошо выраженный потребительский спрос как на “волшебную таблетку”, позволяющую легко (в игровом формате, прослушивая диски и т.п) выучить иностранный язык, так и на автоматические переводы с языка на язык при помощи специализированных программ. Оба запроса представляются мне малореалистичными как на данном этапе развития информационных технологий, так и в прогнозируемом будущем. Однако спрос рождает предложение, и программные продукты, обещающие снять ограничения в межъязыковом общении, продолжают появляться.

Преобладающая и наиболее активная часть аудитории онлайн-проектов для изучения языков — люди в возрасте 24–40 лет. Гендерное соотношение среди пользователей от сервиса к сервису, от площадки к площадке варьируется от равновесного до 70% в пользу женщин. У части игроков растет также аудитория в возрастном сегменте 50+. В рейтинге востребованности иностранных языков — безотносительно формата обучения — с огромным отрывом лидирует английский язык: его выбирают 89% учащихся. За ним следуют немецкий (10%), французский (4%), китайский (3%), итальянский и испанский (по 2%).

Большинство осваивает языки в прикладных целях: для путешествия за границу, для продвижения вверх по карьерной лестнице и т. д. Идею непрерывного изучения иностранного языка как базовой образовательной потребности разделяет и претворяет в жизнь лишь малая доля учащихся.

Доля онлайн-аудитории оценивается в 11% от числа всех изучающих иностранные языки (важно: доля финансов, учтенных в онлайн-образовании - только 5% рынка, хотя на рынке обучения иностранным языкам высок уровень “серых” оплат). Из них 63% учатся только онлайн, 37% — в смешанных форматах. Основная аудитория онлайна сосредоточена в возрастной категории 25–35 лет. В среднем она старше офлайновой, выше и ее доходы, притом что стоимость занятий через интернет, как правило, ниже.

Средняя плата за языковые занятия в офлайне — около 1 тыс. руб. в неделю при совокупной длительности занятий 2,7 часа в неделю, тогда как средний чек в онлайне ниже примерно в два раза: в среднем 502 руб. за неделю обучения с репетитором.

В числе основных барьеров на рынке эксперты отмечают слабую вовлеченность и низкую мотивация большей части аудитории, главным образом в сервисах для самостоятельного обучения (self-study). Именно проблему мотивации, в большинстве случаев, призваны решить занятия с живыми педагогами. Рост рынка дистанционного образования по сравнению с цифровым кажется мне более вероятным, хотя мой личный опыт и интервью с коллегами показывают большую по сравнению с офлайн-занятиями усталость и недовольство преподавателей данным форматом, при меньшей цене цифровых занятий.

Из тех, кто занимается иностранными языками самостоятельно с использованием компьютерных технологий 59% платят за потребляемые услуги и контент в среднем около 175 руб. в месяц.

Существенная разница в потребительских расценках очевидна, поэтому, вероятно, спрос будет сохраняться, однако требуются дополнительные исследования в том, что касается эффективности таких занятий.

Среднее время пользования онлайн-платформами для изучения языка — несколько месяцев. Владельцы компаний отмечают слабую вовлеченность пользователей в онлайн-программы, быстрое падение интереса.

Таким образом, параметром, влияющим на спрос, может являться низкая стоимость продукта. Однако слабая вовлеченность обучающихся в процесс обучения противоречит росту рынка и после того, как большая часть аудитории опробует программные продукты, я бы ожидала спада интереса к этой сфере. Для построения более точных прогнозов требуется также оценка эффективности работы разных программ.

Нестабильность рынка цифровых технологий и высокий спрос приводит к поиску “волшебной таблетки” со стороны не только покупателей, но и компаний-продавцов, работающих в самых разных направлениях. Наиболее распространенные модели монетизации в сегменте:

* “все включено” с оплатой подписки (по такой модели работают, например, LingvaLeo, PuzzleEnglish, EasyTen);
* прямые продажи курсов (множество приложений, продающих грамматические блоки из известных курсов);
* рекламная модель (большинство онлайн-словарей, например, Multitran, Dict En-Ru и другие);
* продажа индивидуальных онлайн-занятий с преподавателями (SkyEng, хотя у них есть элементы и первой модели);
* существуют также компании, для которых продажа CALL-технологий является сопутствующим товаром (MacMillan), то есть непосредственно компьютерные программы предоставляются бесплатно как приложение к другим товарам, например, учебным материалам; их доля на рынке фактически не учитывается.

Рассмотрим два примера.

Первый пример: приложение для мобильного телефона EasyTen с очень узкой нишей: изучение 10 слов иностранного языка в день. В рейтинге образовательных приложений в AppStore по уровню дохода за 2015 год Easy Ten занимает первую строчку в России и вторую в Бразилии. В общемировом списке самых зарабатывающих приложений для изучения языка Easy Ten занимает 3 строчку. На данный момент приложение скачали более 2,5 млн человек в мире.

Основатель компании - Дмитрий Зарюта, до начала работы в компании был пластическим хирургом, то есть компания является стартапом и основана человеком без опыта работы в данной сфере. Схема работы приложения: каждый день человеку предлагается для изучения десять новых слов, представленных в контексте нескольких предложений. Слова предлагаются исходя из заявленного обучающимся уровня знаний, предложения берутся автоматическим поиском из открытых онлайн-источников. Схема монетизации - продажа ежемесячной подписки на пользование приложением (200 рублей на начало 2018 года). На данный момент в списке языков представлены: английский, немецкий, французский, испанский, итальянский, русский, португальский. Согласно собственным пресс-релизам компании, их выручка за 2015 год составила 1,3 миллиона долларов[[4]](#footnote-3).

Существует много аналогов программы, не получивших, тем не менее, настолько же впечатляющих рейтингов: Memrise, UpMind, Anki, Tiny Cards и т.д. Полагаю, что этот пример можно рассматривать как конкуренцию в области маркетинга скорее чем качества продукта.

Второй пример: онлайн-материалы издательства Макмиллан, одного из крупнейших на рынке учебной литературы для изучения английского языка, не только в России, но и в мире, являющегося частью издательского холдинга Holtzbrink Publishing group. Доходы корпорации в 2014 году оцениваются, исходя из их пресс-релизов, в 1.73 миллиарда евро,[[5]](#footnote-4) однако долю продаж программного обеспечения посчитать невозможно.

Приложения Macmillan для изучения языка онлайн не продаются вообще, а идут в комплекте с продажами книг. Стоимость программного обеспечения заложена в цену печатной продукции. Возможно, такая модель позволяет частично противостоять пиратству, чрезвычайно распространенному в россии и представляющего серьезную угрозу для многих издательских домов, либо является частью другой крупной разработки корпорации.

### ***Выводы***

1. Рынок образовательных технологий на данный момент занимает не слишком большой объем рынка образования вообще, однако относится к числу наиболее быстро растущих отраслей, прогнозируется его рост больше, чем вдвое в течение пяти лет.
2. В разделе обучения иностранных языкам сегмент смешанного и онлайн-образования занимает существенно большую часть: 5% с перспективой роста до 15% в течение пяти лет. При этом большинство экспертов-преподавателей языков уверены в том, что цифровое обучение иностранным языкам может быть лишь небольшим дополнением к “консервативным” методам изучения языков, предположительно приносящим не слишком много пользы. Это противоречие вызывает интерес и заслуживает отдельного изучения. Возможно, причинами такого интереса к этой сфере со стороны как потребителей так и производителей продукта являются низкая цена цифровых продуктов и желание “волшебной таблетки” (выучить язык без лишних усилий).
3. Рынок информационных технологий - относительно новый и по-прежнему нестабилен, поэтому довольно часто подвергается существенным “переделкам” в связи с появлением новых технологий (например, биткоины). Аналогичные нововведения появляются и в сфере обучения иностранным языкам при помощи компьютера, часто “переворачивая” всю индустрию с ног на голову. Этой сфере присущи самые разные способы монетизации (продажа продукта, сопутствующие продажи, продажи рекламы и т.д.), часто противоречащие друг другу, и практически невозможно предсказать, какие из них окажутся успешными. В отрасли компьютерного обучения иностранным языкам наблюдается все та же тенденция: незаметные на первый взгляд игроки могут вырасти в короткие сроки и существенно изменить рынок.
4. Я полагаю, что прогнозы, предсказывающие рост рынка изучения иностранных языков при помощи компьютеров до 15% от всего рынка языкового обучения завышенными, если только не относить к компьютерному обучению занятия с преподавателем по скайпу. В этой отрасли, действительно, можно прогнозировать существенный рост, однако отнесение занятий по скайпу к компьютерным технологиям, на мой взгляд, не полностью правомерно. Что до полностью цифровых технологий, то они не обеспечивают обучающимся достаточный уровень мотивации. Требуется отдельное исследование эффективности дистанционного обучения.

### ***Литература***

1. Байрамукова А. С. Информационное предпринимательства и его влияние на экономику // Молодой ученый. — 2011. — №4. Т.1. — С. 137-139. — URL https://moluch.ru/archive/27/2933/.
2. Гончаров А.А. Значение информационного предпринимательства для развития хозяйственных систем [Электронный ресурс] / А.А. Гончаров, А.Ф. Соколов // Успехи современного естествознания. – 2009. – № 4. – С. 46–50. – Режим доступа: http://www.rae.ru/use/?section=content&op=show\_ article&article\_id=5293.
3. Исследование российского рынка онлайн-образования и образовательных технологий (EdTech) // Нетология групп <https://edmarket.digital/>
4. Мобильные приложения: мировой рынок. Обзор компании AppAnnie (платформа анализа данных о мобильных приложениях) за 2017 год [http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%9C%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5\_%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F\_(%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9\_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA)#.D0.93.D0.BB.D0.B0.D0.B2.D0.BD.D1.8B.D0.B5\_.D0.BF.D1.80.D0.BE.D0.B3.D0.BD.D0.BE.D0.B7.D1.8B\_App\_Annie\_.D0.BD.D0.B0\_2018\_.D0.B3.D0.BE.D0.B4](http://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F%3A%D0%9C%D0%BE%D0%B1%D0%B8%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D1%8B%D0%B5_%D0%BF%D1%80%D0%B8%D0%BB%D0%BE%D0%B6%D0%B5%D0%BD%D0%B8%D1%8F_%28%D0%BC%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B2%D0%BE%D0%B9_%D1%80%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA%29#.D0.93.D0.BB.D0.B0.D0.B2.D0.BD.D1.8B.D0.B5_.D0.BF.D1.80.D0.BE.D0.B3.D0.BD.D0.BE.D0.B7.D1.8B_App_Annie_.D0.BD.D0.B0_2018_.D0.B3.D0.BE.D0.B4)
5. Easy Ten заработала $1,3 млн за 2015 год <https://therunet.com/news/6083>
6. Dorabjee S. The business of information are information professionals risk-averse? / S. Dorabjee // Business information review. – 2003. – Vol. 21, № 3. – P. 148–156.
7. Global Publishing Leaders 2016: Holtzbrinck Publishing Group// Publisher weekly, Aug 26, 2016 <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/publisher-news/article/71319-global-publishing-leaders-2016-holtzbrinck-publishing-group.html>

***Educational technologies and computer assisted language learning: volume, possibilities and limitations of the market***

Tabakova Nina Dmitrievna

Associated Professor of Economics and Management Department of Private Educational Institution of Higher Education Institute of International Trade and Law

121108, Moscow, Kastanaevskaya street, 45/1-218

ntabakova@mail.ru

**Key words**: information technologies market, educational technologies (EdTech), computer assisted language learning (CALL)

The author makes a review of current situation and prognosys of development for digital informational technologies in education and points out that both the value and growth of computer assisted language learning language learning market exceeds significantly those of other digital educational technologies, such as higher, secondary and additional education. Possibility of such a steep increase in this area contradicts to the opinion of most language teaching professionals that computer assisted language learning can help only a little with learning the language. The author considers that possible reasons for that might be low price for digital products and a desire of magic pill that would allow to learn a language without efforts. On behalf of the producers the market is influenced by technological non-stability, desire for easy income and customers demand. The author doubts about ability of the market to grow steadily and states the necessity of additional research on the effectiveness of computer assisted language programs.

1. Гончаров А.А. Значение информационного предпринимательства для развития хозяйственных систем [Электронный ресурс] / А.А. Гончаров, А.Ф. Соколов // Успехи современного естествознания. – 2009. – № 4. – С. 46–50. – Режим доступа: http://www.rae.ru/use/?section=content&op=show\_ article&article\_id=5293. [↑](#footnote-ref-0)
2. Байрамукова А. С. Информационное предпринимательства и его влияние на экономику // Молодой ученый. — 2011. — №4. Т.1. — С. 137-139. — URL https://moluch.ru/archive/27/2933/ (дата обращения: 17.04.2018). [↑](#footnote-ref-1)
3. Мобильные приложения: мировой рынок. Обзор компании AppAnnie (платформа анализа данных о мобильных приложениях) за 2017 год [↑](#footnote-ref-2)
4. Easy Ten заработала $1,3 млн за 2015 год// www.therunet.ru [↑](#footnote-ref-3)
5. Global Publishing Leaders 2016: Holtzbrinck Publishing Group// Publisher weekly, Aug 26, 2016 [↑](#footnote-ref-4)