DOI: 10.17117/ns.2015.01.009

Поступила (Received): 14.03.2015

<http://ucom.ru/doc/ns.2015.01.009.pdf>

prcom@vyatsu.ru

Грабар А.А.

Анализ рынка образовательных онлайн продуктов как элемента образовательной инфраструктуры

Grabar A.A.

Analysis of the market for educational online products as part of the educational infrastructure

В статье рассматривается такой элемент образовательной инфраструктуры, как различные онлайн-продукты, позволяющие наращивать знания и развивать навыки пользователей в экономической области. Проведена группировка данных продуктов по типам взаимодействия с пользователем и направленности на получение специальных экономических знаний и навыков. Проведен детальный анализ рынка данных продуктов, выявлены достоинства и недостатки по каждой группе продуктов. Оценен реальный вклад онлайн продуктов в образовательный процесс. Поставлена проблема отсутствия комплексного решения практического изучения экономики и менеджмента с помощью представленных на рынке онлайн продуктов. В условиях частичного перехода социальной инфраструктуры в виртуальное поле, в особенности в сфере высшего и специального образования, представленного дистанционным обучением, онлайн курсами, вебинарами, виртуальными тренажерами и т.п. Особую актуальность представляет необходимость создания онлайн продукта, позволяющего в условиях максимально приближенных к реальным изучать экономические явления и наращивать навыки управления в реальном секторе экономики

Ключевые слова: образовательная инфраструктура, наращивание экономических и управленческих навыков

In this article describes an element of the educational infrastructure, such as a variety of online products that allow to increase the knowledge and develop the skills of members in the economic field. Spend a grouping of the products by type of user interaction and focus for special economic knowledge and skills. A detailed analysis of the market of these products, identified advantages and disadvantages for each group of products. Evaluate the real contribution of online products in the educational process. Posed the problem of the lack of a comprehensive solution of practical study of economics and management with the help of on the market products online. In the context of a partial transfer of the social infrastructure in the virtual field, in particular in the field of higher and special education presented distance learning, online courses, webinars, virtual machines and the like Of particular relevance is the need to create a product line, allowing in as close to real study economic phenomena and to build management skills in the real economy sector

Key words: educational infrastructure, increasing economic and managerial skills

Грабар Анна Анатольевна

Кандидат экономических наук, доцент
Вятский государственный университет
г. Киров, ул. Московская, 36

Grabar Anna Anatoliyevna

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Vyatka state university
Kirov, Moskovskaya st., 36

Введение (Introduction)

В современном обществе приобретают все большую популярность образовательные онлайн продукты, в том числе симуляторы, связанные с принятием управленческих решений. Данная тенденция обусловлена с повсеместным внедрением интерактивного образования. Так как ранее исследований подобного рода продуктов не проводилось, следует провести их оценку на предмет анализа близости онлайн продуктов к реальным условиям и возможностям их использования в образовательных и коммерческих целях.

Материалы и методы (Materials and Methods)

При анализе онлайн продуктов были использованы методы описательный, аналитический, метод синтеза и анализа информации.

Методически исследование состояло в последовательном рассмотрении онлайн продуктов, которые в той или иной мере используются для образовательных целей и имеют четкую экономическую направленность. В результате были отобраны шесть основных видов онлайн продуктов. Так как ряд продуктов, например, таких как симуляторы, или бизнес-кейсы представлены во множестве модификаций, за объект исследования принимался продукт обладающий наибольшим набором факторов, характерных для данного типа продуктов. Если же продукт представлен практически в единственном экземпляре, как например, онлайн олимпиада Global Management Challenge, он и принимался за объект исследования.

В процессе анализа рынка были разработаны одиннадцать критериев, позволяющих оценить рыночные преимущества онлайн продуктов. После чего был проведен сравнительный анализ онлайн продуктов по этим критериям. Далее был проведен сравнительный анализ положительных и отрицательных составляющих онлайн продуктов, в целях чего были проанализированы отзывы игроков на различных Интернет-форумах. Вся информация, полученная в ходе исследования была систематизирована в виде таблиц.

Результаты (Results)

Симуляторы – это имитаторы, механические или компьютерные, имитирующие управление каким-либо процессом, аппаратом или транспортным средством [1]. Относятся к жанру тайм-менеджмента, посвящены самым разным организациям в сфере услуг. Осваивается дело и начинается обслуживание посетителей, с заработком денег. Так как рынок игр-симуляторов достаточно велик и разнообразен, в целях исследования были взяты бизнес-симуляторы в общем виде, а не конкретная игра.

Экономическая игра «Корпорация». Игра в жанре экономические игры стратегии [2]. Цель – построение финансового гиганта, посредством введения новых офисов и найма работников. Использование финансовых рычагов для достижения результатов.

Монополия плюс – трехмерная версия классической настольной игры "Монополия" [3]. Игрокам доступны быстрый режим и 6 основных правил. жанре экономической стратегии. Цель игры – рационально используя стартовый

капитал, добиться банкротства других игроков. Фактически «Монополия Плюс» представляет собой игровое поле, состоящее из квадратов. Квадраты разделяются на активы (предприятие, ценная вещь) и события.

Проект «Бизнес – Курс». Суть – управление экономическим объектом, деятельность которого имитирует компьютер [4]. Настоящая версия 3 существенно улучшена и дополнена. Она представлена тремя самостоятельными программами: «Предприятие», «Корпорация», «Корпорация Плюс», которые отличаются набором управленческих решений и объемом отчетно-аналитической информации. Эти программы последовательно развивают навыки управления, дают конкретные экономические знания, вырабатывают экономический образ мышления.

Global Management Challenge. Это крупнейшее в мире первенство по стратегическому менеджменту [5]. В основе чемпионата лежит комплексный компьютерный бизнес-симулятор (игровая модель), дающий возможность менее чем за месяц получить опыт управления компанией, равный нескольким годам работы в условиях глобальной конкуренции. Также GMC позволяет применить теоретические знания на практике и отработать основные управленческие и личностные навыки, объединяя ведущий мировой опыт в бизнес-образовании. В Global Management Challenge команды участников получают в управление виртуальные компании с одинаковыми стартовыми показателями, разрабатывают стратегию и комплекс управленческих решений по ее реализации в прямой конкуренции друг с другом в моделируемой экономике и рынках

Таблица 1. Анализ основных представителей рынка*

Критерий	Симуляторы	Корпорация	Монополия Плюс	Проект «Бизнес – Курс»	Global Management Challenge	Challengeng
1. Визуализация	+	+	+	-	-	+
2. Создание коммуникаций для дальнейшего развития	-	-	+	+	+	+
3. Отражение экономического состояния на модели ведения бизнеса	-	-	-	+	+	+
4. Наличие альтернативных вариантов развития бизнеса	-	+	+	+	+	+
5. Исследование экономической модели	-	-	-	+	+	-
6. Применение теоретических знаний	-	-	-	+	+	+
7. Использование проекта в образовательных целях	-	-	-	+	+	+
8. Получение сертификатов и рекомендаций	-	-	-	+	+	+
9. Постоянный доступ к площадке	+	+	+	-	-	-
10. Доступность	+	+	-	-	+	+
11. Получение обратной связи	-	-	-	-	-	+

* составлено автором

Таблица 2. Выявление сильных и слабых сторон конкурентов на основе мнения пользователей

Название	Плюсы *	Минусы *
Симуляторы	Яркий интерфейс Возможность бесплатного доступа Различные тематики игр и наличие разных уровней сложности Проведение досуга Развитие внимания и быстроты реакции	Быстрая утомляемость Потеря интереса, связанная с однотипностью принимаемых решений Ограниченное число уровней Не требует применения имеющихся знаний
Корпорация	Яркий интерфейс Возможность бесплатного доступа Развитие стратегического мышления Возможность провести свободное время	Игра подчинена конечной цели, после достижения которой теряется интерес Не требует применения имеющихся знаний
Монополия плюс	Яркий интерфейс Возможность игры как локально, так и в команде Ностальгия по настольной версии	Ограниченная демо-версия и необходимость покупки Ход игры зависит от воли случая
Проект «Бизнес – Курс»	Различные уровни сложности Соперничество с другими игроками	Рутинно, мало действия, удалено от реальных условий Непонятность механизмов игры
Global Management Challenge	Позволяет получить базовый опыт, понять основные принципы и закономерности в условиях, максимально приближенным к реальным Позволяет опробовать специалистов на работу в команде Возможность набить руку и увидеть пробелы в знаниях	Проводится раз в год Непонятность механизмов игры Требуется много времени на принятие сразу группы решений Невозможно получить обратную связь
Changelleng	Решение реальных бизнес-кейсов Прямая связь с потенциальными работодателями Применение специальных знаний	Нельзя решать кейсы когда тебе удобно, существует дедлайн Необходимость составления презентаций и их защита Кейсы имеют специальную направленность, сложно адаптироваться, чтобы принять решение

* Данные получены в результате анализа пользовательских форумов и опроса участников

Чемпионат по кейсам – Changelleng. Changellenge Academy, в рамках которой происходит обучение всем необходимым навыкам для современной успешной карьеры [6]. Преподавателями выступают сотрудники лучших компаний работодателей, а также чемпионы Всероссийского чемпионата по кейсам. В течение года проводится 15 кейс-чемпионатов в рамках Национальной лиги кейсов Changellengeв России, Украине и Казахстане на 15 тысяч студентов. В ходе них студентам предлагается решить реальные кейсы компаний, что эквивалентно нескольким неделям стажировок.

Для анализа данного рынка, были разработаны критерии, определяющие основные конкурентные преимущества каждого продукта. Проведенный анализ рынка представлен в таблице 1. По данным таблицы можно сделать следующие выводы: представители игрового формата (первые три продукта в таблице) отличаются визуализацией и возможностью постоянного онлайн доступа, что является важным фактором в связи с направленностью программ данного сегмента рынка. Но такие программы не дают пользователю возможности применения своих теоретических знаний, что не позволяет, как проиграть различные альтернативы развития бизнеса, так и не отражает влияние принятых решений на получаемые результаты.

Отличительной особенностью онлайн чемпионатов является их широкое применение в образовательных учреждениях, с целью развития коммуникативных навыков участников, а так же создания соревновательного процесса. Для выявления преимуществ и недостатков в работе вышеуказанных программ, были опрошены их основные потребители (табл. 2).

Обсуждение и заключение (Discussion and Conclusion)

В результате анализа мнений игроков и участников чемпионатов, было выявлено, что людей привлекает приближенность к реальной ситуации, возможность применения полученных знаний, понятность механизмов игры, с получением обратной связи, а значит анализом ошибок.

Существенным преимуществом, по мнению пользователей, является возможность играть и работать в команде, а так же соревноваться с другими участниками. Большим плюсом игроки выделяют налаживание связей с потенциальными работодателями на основании результатов соревнований.

Фактором, ограничивающим свободу пользователей и привязывающих их к определенному времени, является разовость игр и чемпионатов, наличие ограниченных сроков принятия решения. Из этого можно сделать вывод, что пользователям необходим постоянный доступ к платформе, и возможность принимать решения в удобное для них время, распоряжаться своим досугом.

Немаловажным является такой аспект, как, проведение досуга, но ключевым критерием досуга выделяется его полезность, но в то же время нерутинность, подкрепляемая постоянным интересом, удовлетворение игровой потребности. Следующий аспект – интерфейс, здесь пользователи хотят видеть приятное и понятное оформление, визуализацию своих решений.

Проблема изучения данного рынка остается актуальной и требует постоянного анализа, в связи с развитием образовательной онлайн индустрии, а так же с появлением продуктов с уникальными и качественно новыми функциями.

Список используемых источников:

1. Рассел Д., Рональд К. Симулятор. Издательство VSD. 2012. С. 11.
2. Коробко С.А. Учебно-методический комплекс дисциплины специализации «БИЗНЕС-КУРС: Корпорация Плюс». Ростов-на-Дону, 2014. С. 10.
3. Щинников В. Рецензия на Monopoly Plus.
URL: <http://www.x-console.com/articles/retsenziya-na-monopoly-plus/>

4. Тимохов А.В., Тимохов Д.А. Компьютерная деловая игра «БИЗНЕС-КУРС: Максимум». М.: Изд-во Московского университета, 2011. С. 13.
5. Что такое Global Management Challenge? URL: <http://globalmanager.ru/about>
6. Что дает Changellenge ? URL: <http://changellenge.com/why/>

References:

1. Russell D., Ronald K. Simulator. Publisher VSD. 2012. P. 11.
2. Korobko S.A. Training complex disciplines of specialization "business course: Plus Corporation". Rostov-on-Don, 2014. P. 10.
3. Schinnikov V. Review of Monopoly Plus.
URL: <http://www.x-console.com/articles/retsenziya-na-monopoly-plus/>
4. Timokhov A.V., Timokhov D.A. Computer business game "business course: Maximum": a tutorial. M.: Publishing House of Moscow University, 2011. P. 13.
5. What is the Global Management Challenge? URL: <http://globalmanager.ru/about>
6. What gives Changellenge? URL: <http://changellenge.com/why/>

© 2015, Грабар А.А.

Анализ рынка образовательных онлайн продуктов
как элемента образовательной инфраструктуры

© 2015, Grabar A.A.

Analysis of the market for educational online
products as part of the educational infrastructure