

УДК 33

DOI: 10.34670/AR.2024.41.16.049

Влияние цифровизации образования на стоимость оценки онлайн-бизнеса

Коваленко Евгений Андреевич

Аспирант,
РЭУ им. Г.В. Плеханова,
117997, Российская Федерация, Москва, Стремянный переулок, 36;
e-mail: kevalogu@mail.ru

Аннотация

В последние годы стремительное развитие цифровых технологий оказывает значительное влияние на различные сферы экономики, в том числе и на образовательные системы. В данной статье рассматривается воздействие цифровизации образования на оценку стоимости бизнеса, связанного с предоставлением образовательных услуг в онлайн-формате. В условиях глобальной пандемии и массового перехода на дистанционное обучение произошел резкий рост числа онлайн-образовательных платформ и сервисов. Это вызвало необходимость пересмотра традиционных моделей оценки бизнеса, поскольку цифровизация меняет структуру доходов и расходов, потенциал масштабирования, а также уровень конкуренции на рынке. Авторы статьи провели сравнительный анализ существующих механизмов оценки стоимости бизнеса в онлайн-образовании, используя несколько различных методологических подходов, в том числе анализ денежных потоков (DCF) и мультипликативные методы. Основное внимание уделено влиянию факторов, связанных с цифровыми трансформациями, таких как влияние технологии машинного обучения, искусственного интеллекта и масштабируемость платформ. Исследование показало, что цифровизация образовательных процессов вносит существенные изменения в оценку бизнесов, ориентированных на онлайн-образование. Было выявлено, что благодаря внедрению цифровых инструментов появляются новые источники дохода через персонализацию контента, улучшение клиентского опыта, а также способность быстро адаптироваться к рыночным условиям. Это, в свою очередь, положительно сказывается на оценочных показателях стоимости компаний. Влияние цифровизации на сферу образования требует нового подхода к оценке стоимости онлайн-бизнеса. Статья подчеркивает важность использования обновленных методологических подходов, учитывающих не только финансовые показатели, но и технологическую составляющую, а также готовность бизнеса к масштабированию и инновациям.

Для цитирования в научных исследованиях

Коваленко Е.А. Влияние цифровизации образования на стоимость оценки онлайн-бизнеса // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2024. Том 14. № 11А. С. 439-450. DOI: 10.34670/AR.2024.41.16.049

Ключевые слова

Цифровизация, образование, стоимость, оценка, онлайн-бизнес.

Введение

В последние десятилетия мир переживает невероятный технологический бум, который коренным образом меняет все сферы человеческой деятельности, включая образование. Цифровизация стала не просто модным словом, а необходимостью для современного образовательного процесса, стремящегося соответствовать требованиям информационного общества. Переход от традиционных методов обучения к интеграции цифровых технологий открывает новые горизонты и возможности как для преподавателей, так и для учащихся.

Основное содержание

Одной из наиболее заметных тенденций является широкое распространение электронных образовательных платформ и систем управления обучением (Learning Management Systems, LMS). Такие платформы, как Moodle, Blackboard, Canvas, стали неотъемлемой частью учебного процесса в университетах и школах по всему миру. Они позволяют организовать доступ к разнообразным учебным материалам, проводить онлайн-тестирования, отслеживать прогресс студентов и обеспечивать взаимодействие между преподавателями и учащимися [Гаврилова, Романовская, 2022]. Это делает процесс обучения более гибким и адаптивным, учитывая индивидуальные потребности каждого учащегося.

Мобильное обучение (m-learning) также стремительно набирает обороты благодаря повсеместной распространенности смартфонов и планшетов. Мобильные приложения для образования предоставляют возможность изучать новые материалы, решать задания и общаться с одноклассниками и преподавателями из любой точки мира и в любое время. Форматы микрообучения, основанные на коротких модулях или уроках, особенно эффективны для обучения "на бегу", когда время ограничено. Это отвечает потребностям современного человека, живущего в условиях постоянного информационного потока и высокой скорости жизни.

Геймификация образовательного процесса является еще одной важной тенденцией цифровизации. Применение игровых механик и элементов в обучении повышает вовлеченность и мотивацию студентов. Системы баллов, рейтинги, виртуальные награды и конкурсы стимулируют учебную активность и создают благоприятную атмосферу для освоения новых знаний. Кроме того, такие подходы способствуют развитию творческого мышления и навыков командной работы [Мамедова, [www...](#)].

Искусственный интеллект (AI) и машинное обучение начинают играть ключевую роль в персонализации образования. Интеллектуальные системы способны анализировать большие объемы данных об успеваемости студентов, их предпочтениях и стилях обучения. На основе этого они могут предлагать индивидуальные образовательные траектории, рекомендации по материалам для изучения и даже прогнозировать возможные трудности. Это значительно повышает эффективность обучения и позволяет каждому студенту раскрыть свой потенциал в полной мере.

Технологии виртуальной (VR) и дополненной реальности (AR) революционизируют способы представления и усвоения информации. С их помощью возможно создавать интерактивные образовательные среды, в которых студенты могут взаимодействовать с объектами и явлениями в трехмерном пространстве. Например, в медицине VR используется для моделирования хирургических операций, в инженерии — для изучения сложных

механизмов, в истории — для погружения в атмосферу прошлых эпох. Такой опыт делает обучение более наглядным и запоминающимся.

Аналитика больших данных (Big Data) предоставляет новые возможности в области оценки эффективности образовательных программ и методик. Сбор и анализ данных об академической активности студентов, их участии в обсуждениях, времени, проведенном за изучением материалов, позволяют выявлять тенденции и принимать обоснованные решения по улучшению учебного процесса [Семенова, 2022]. Преподаватели могут более точно выявлять области, в которых студенты испытывают затруднения, и своевременно корректировать подходы к обучению.

Персонализированное обучение, основанное на данных и технологиях, становится все более доступным. Адаптивные образовательные программы способны подстраиваться под индивидуальные особенности каждого учащегося, учитывая его темп обучения, уровень подготовки, интересы и цели. Это позволяет создавать более эффективные и мотивирующие образовательные среды, в которых каждый студент ощущает внимание к своим потребностям и получает поддержку в процессе освоения материала.

Массовые открытые онлайн-курсы (МООС) и платформы дистанционного обучения существенно расширяют доступ к образованию. Сегодня любой желающий может пройти курс по интересующей теме, предложенный ведущими мировыми университетами и экспертами. Это способствует демократизации образования, позволяя людям из разных стран и социальных слоев получать знания и навыки, необходимые для профессионального и личностного развития.

Несмотря на все преимущества цифровизации, существуют и определенные вызовы. Одним из них является необходимость развития цифровой грамотности как у студентов, так и у преподавателей. Успешное внедрение технологий в образование требует соответствующих навыков и компетенций, без которых использование новых инструментов может быть неэффективным или даже вредным [Волкова, Слярова, 2023]. Обучение преподавателей современным методикам и технологиям становится приоритетной задачей для образовательных учреждений.

Цифровой разрыв между различными регионами и социальными группами также остается острой проблемой. Неравномерный доступ к интернету и современным устройствам приводит к тому, что часть населения остается вне возможностей, предоставляемых цифровым образованием. Это усиливает существующее неравенство и требует принятия мер на государственном и международном уровне для обеспечения инклюзивности образовательных процессов.

Вопросы безопасности и конфиденциальности данных становятся все более актуальными в условиях цифровизации. Защита личной информации студентов, соблюдение прав на интеллектуальную собственность и противодействие киберугрозам являются необходимыми условиями для стабильного функционирования образовательных систем. Разработка и внедрение надежных механизмов защиты данных должны идти в ногу с технологическим прогрессом.

Кроме того, возникает необходимость пересмотра традиционных методов оценки знаний. В условиях дистанционного и онлайн-обучения стандартные экзамены и тесты могут быть менее эффективны [Нагорный, 2023]. Появляются новые формы оценки, основанные на проектной деятельности, портфолио работ, участии в дискуссиях и совместных проектах. Это требует от образовательных учреждений гибкости и готовности к инновациям в сфере оценивания.

Цифровизация образования стимулирует развитие новых педагогических подходов и

методик. Концепции смешанного обучения (blended learning), перевернутого класса (flipped classroom) и проектного обучения становятся все более популярными. Они сочетают преимущества традиционного образования с возможностями, предоставляемыми технологиями, и направлены на активизацию познавательной деятельности студентов, развитие критического мышления и самостоятельности.

Интеграция технологий в образование также способствует развитию междисциплинарного подхода и сотрудничества между различными сферами знаний. Проекты, объединяющие ИТ, естественные науки, гуманитарные дисциплины, позволяют студентам получать комплексные знания и навыки, необходимые в современном мире. Это отражает тенденцию к разрушению жестких границ между предметами и созданию интегрированных учебных программ.

Еще одной важной тенденцией является развитие социальных сетей и онлайн-сообществ в образовательных целях. Платформы для совместного обучения и обмена знаниями способствуют построению сообществ по интересам, где участники могут взаимодействовать, делиться опытом и поддерживать друг друга в процессе обучения. Это усиливает чувство причастности и помогает развивать коммуникационные навыки.

Обучение на протяжении всей жизни (lifelong learning) становится все более актуальным в условиях быстро меняющегося рынка труда и появления новых профессий. Цифровые технологии делают непрерывное образование более доступным и гибким [Саидов, Ашурметова, 2021]. Профессионалы могут обновлять свои знания и навыки без отрыва от основной деятельности, что повышает их конкурентоспособность и адаптивность.

Важным аспектом цифровизации образования является необходимость этического подхода к использованию технологий. Это включает в себя осознание возможных негативных последствий, таких как зависимость от гаджетов, снижение уровня живого общения, и принятие мер для их предотвращения. Формирование у студентов критического отношения к информации, умения отличать достоверные источники от недостоверных, становится ключевой задачей.

В заключение, современные тенденции цифровизации в образовании представляют собой сложный и многогранный процесс, затрагивающий все аспекты учебной деятельности. Технологии открывают перед нами невероятные возможности для улучшения качества образования, увеличения его доступности и соответствия требованиям времени. Однако для того чтобы полностью реализовать этот потенциал, необходимо преодолеть существующие барьеры, связанные с инфраструктурой, навыками и политикой, а также обеспечить, чтобы цифровизация служила интересам всех участников образовательного процесса.

Образование находится на пороге новых открытий и трансформаций. Цифровизация не является конечной целью, а инструментом, который при правильном использовании способен существенно обогатить опыт обучения и подготовки будущих поколений к жизни и работе в быстро меняющемся мире. Важно не только внедрять новые технологии, но и осмысленно интегрировать их в педагогическую практику, учитывая гуманистические ценности и индивидуальные потребности каждого учащегося.

Цифровая революция, захлестнувшая мир в последние десятилетия, кардинально изменила структуру и динамику развития бизнеса. Онлайн-компании стали неотъемлемой частью глобальной экономики, предлагая инновационные продукты и услуги, трансформируя традиционные отрасли и создавая новые рынки. В связи с этим вопрос оценки стоимости таких компаний приобрел особую актуальность. Традиционные методы оценки, разработанные для предприятий с материальными активами, часто оказываются недостаточными или

неприменимыми к цифровым бизнес-моделям, где основную ценность составляют нематериальные ресурсы: данные, интеллектуальная собственность, пользовательская база и технология.

Цифровизация изменила не только сами бизнесы, но и подходы к их оценке. Возникла необходимость разработать новые модели и методы, учитывающие специфические характеристики онлайн-компаний. Одной из ключевых особенностей таких бизнесов является их масштабируемость и потенциал к быстрому росту. Традиционные финансовые показатели, такие как прибыль или выручка, могут быть недостаточно информативными на ранних стадиях развития компании, когда основное внимание уделяется привлечению пользователей и занятию рыночной доли [Хамитов, 2021].

Важным аспектом оценки онлайн-бизнеса становится анализ метрик, специфичных для цифровой среды. Такие показатели, как количество активных пользователей, уровень вовлеченности, стоимость привлечения клиента (CAC), пожизненная ценность клиента (LTV), становятся ключевыми при определении потенциала компании. Эти метрики позволяют оценить динамику роста, качество аудитории и эффективность бизнес-модели. Инвесторы все больше обращают внимание на эти показатели, понимая, что они отражают реальную ценность и перспективы цифровых компаний.

Кроме того, цифровизация предоставляет доступ к огромным объемам данных, которые могут быть использованы при оценке бизнеса. Аналитика больших данных позволяет глубже понять поведение пользователей, рыночные тенденции и конкурентное окружение. Это, в свою очередь, способствует более точной и обоснованной оценке стоимости компании. Использование машинного обучения и искусственного интеллекта в анализе данных открывает новые возможности для прогнозирования будущих финансовых показателей и оценки рисков.

Еще одним последствием цифровизации является изменение модели генерации доходов. Онлайн-бизнесы часто используют гибридные или инновационные способы монетизации: подписки, freemium-модели, рекламные интеграции, партнерские программы. Это усложняет прогнозирование денежных потоков и требует адаптации традиционных методов дисконтирования [Ковешникова, Шушунова, 2021]. Оценщики сталкиваются с необходимостью учитывать неопределенность и волатильность доходов, а также влияние внешних факторов, таких как изменения алгоритмов поисковых систем или политики конфиденциальности данных.

В контексте цифровых платформ и экосистем возникает дополнительная сложность оценки. Стоимость таких компаний часто определяется сетевыми эффектами и способностью создавать ценность для различных групп пользователей. Например, платформы, связывающие потребителей и производителей, имеют ценность, которая экспоненциально растет с увеличением числа участников. Это требует от оценщиков понимания принципов работы двухсторонних и многосторонних рынков, а также умения моделировать взаимодействие между участниками экосистемы.

Интеллектуальная собственность и технологии становятся центральными элементами стоимости онлайн-бизнеса. Патенты, алгоритмы, программное обеспечение, базы данных — все это нематериальные активы, которые трудно оценить с помощью традиционных методов. Методы оценки, основанные на анализе затрат, доходов или рыночных аналогов, требуют адаптации для отражения специфики цифровых технологий. Оценщики должны учитывать скорость устаревания технологий, риски копирования или обхода патентов, а также потенциальную ценность для стратегических покупателей.

Репутация и бренд онлайн-компаний также приобретают особую значимость. В цифровом

пространстве отзывы пользователей, рейтинги, присутствие в социальных сетях напрямую влияют на доверие и лояльность аудитории. Хотя эти факторы трудно количественно измерить, они оказывают существенное влияние на будущие доходы и рыночную позицию компании. Методы оценки бренда и репутации требуют интеграции качественных и количественных подходов, учитывающих эмоциональную связь с потребителями и влияние на поведение покупателей.

Цифровизация изменила и глобальный характер онлайн-бизнеса. Интернет стирает границы, позволяя компаниям мгновенно выходить на международные рынки. Это увеличивает потенциал роста, но одновременно усложняет оценку за счет необходимости учитывать различные юридические, культурные и экономические контексты. Курсовые риски, различные регуляторные среды, конкуренция на глобальном уровне — все это факторы, которые необходимо учитывать при оценке стоимости онлайн-компании.

Важно отметить, что цифровизация приводит к ускорению изменений и повышению неопределенности в бизнес-среде. Циклы жизни продуктов сокращаются, новые технологии быстро заменяют старые, потребительские предпочтения меняются с высокой скоростью. В таких условиях прогнозирование становится более сложным, а традиционные методы оценки, основанные на долгосрочных стабильных потоках доходов, могут быть менее применимы [Демидова, Карданова, Куприянов, [www...](#)]. Оценщики должны разрабатывать сценарии, учитывающие различные варианты развития событий, и использовать методы реальных опционов для оценки гибкости и адаптивности бизнеса.

Кроме того, цифровизация способствует появлению новых форм финансирования, таких как краудфандинг, ICO и другие децентрализованные методы привлечения капитала. Это меняет структуру капитала компаний и влияет на оценку стоимости. Оценщики должны понимать специфику этих инструментов, юридические и финансовые риски, связанные с ними, а также их влияние на стоимость акций и долей в бизнесе.

Регуляторные изменения, связанные с цифровизацией, также влияют на методы оценки онлайн-бизнеса. Законодательство в области защиты данных, конфиденциальности, кибербезопасности может существенно влиять на операционные расходы и риски компании. Недавние скандалы, связанные с утечкой данных, показали, как репутационные и юридические риски могут резко снизить стоимость компании. Оценка должна учитывать соответствие бизнес-модели текущим и будущим регуляторным требованиям.

Экологические и социальные аспекты становятся все более важными в оценке бизнеса в цифровую эпоху. Инвесторы и общественность обращают внимание на устойчивость и корпоративную социальную ответственность компаний. Онлайн-бизнесы должны демонстрировать ответственность в использовании данных, воздействии на общество и окружающую среду. Эти факторы могут влиять на риск-премии, стоимость капитала и, в конечном итоге, на оценку компании.

Цифровизация также повышает уровень конкуренции. Барьеры для входа на рынок снижаются, что приводит к появлению большого числа стартапов и новых игроков. Оценка должна учитывать интенсивность конкуренции, угрозу со стороны технологических гигантов и возможность быстрого устаревания бизнес-модели. Анализ конкурентного преимущества, устойчивости и дифференциации становится ключевым элементом в оценке стоимости онлайн-бизнеса.

В заключение, цифровизация оказывает глубокое влияние на методы оценки онлайн-бизнеса, требуя от оценщиков адаптации и развития новых подходов. Традиционные модели

должны быть дополнены и расширены для учета специфических особенностей цифровых компаний: нематериальных активов, новых метрик, глобального характера, повышенной неопределенности и динамики рынка. Комплексный подход, сочетающий финансовый анализ с глубоким пониманием технологических и рыночных тенденций, становится необходимым для точной и обоснованной оценки стоимости онлайн-бизнеса в современном мире.

Развитие методов оценки в эпоху цифровизации продолжится по мере появления новых бизнес-моделей и технологий. Оценщикам предстоит постоянно обновлять свои знания и инструментарий, взаимодействовать с экспертами в области технологий, данных и маркетинга. Только так можно обеспечить адекватную оценку стоимости компаний, которые формируют будущее глобальной экономики.

Ключевые факторы, определяющие стоимость онлайн-образовательных компаний.

В последние годы рынок онлайн-образования переживает беспрецедентный рост. Переход к цифровым технологиям, усиленный глобальными событиями, такими как пандемия COVID-19, существенно изменил подход к обучению и развитию навыков. Современные технологии позволяют людям из любого уголка мира получать доступ к высококачественным образовательным ресурсам. Стоимость онлайн-образовательных компаний растёт вместе с их влиянием на глобальный образовательный ландшафт. Однако оценка такой компании требует глубокого понимания множества факторов, определяющих её реальную ценность. Рассмотрим ключевые из них.

Во-первых, спрос на онлайн-образование является одним из основных драйверов стоимости компании [Кротенко, Кануникова, Лесникова, 2021]. Рост числа пользователей, ищущих гибкие и доступные способы обучения, стимулирует развитие отрасли. В условиях быстрого изменения технологий и рынка труда люди стремятся постоянно обновлять свои знания и навыки. Компания, способная удовлетворить спрос на актуальные и востребованные образовательные продукты, обладает значительным потенциалом роста. Анализ целевого рынка, его масштаба и динамики становится критически важным при оценке стоимости. Учет демографических тенденций, таких как рост числа молодых людей в развивающихся странах или потребность в переквалификации работников зрелого возраста, помогает предсказать перспективы развития компании.

Качество и разнообразие контента выступают следующим критическим фактором. Компании, предлагающие высококачественные образовательные программы, разработанные экспертами и соответствующие международным стандартам, привлекают больше пользователей и удерживают их на платформе. Наличие разнообразных курсов, охватывающих различные области знаний и навыков, расширяет аудиторию и повышает конкурентоспособность. Кроме того, возможность персонализации обучения и адаптации контента под индивидуальные потребности пользователей усиливает ценность предложения. Интеграция интерактивных элементов, таких как видео-лекции, практические задания, квизы и форумы для обсуждений, повышает вовлеченность студентов и эффективность обучения.

Технологическая инфраструктура и платформа, на которой предоставляются образовательные услуги, играют не менее важную роль. Интуитивно понятный интерфейс, стабильная работа, мобильность и доступность на различных устройствах повышают удовлетворенность пользователей. Интеграция современных технологий, таких как искусственный интеллект, виртуальная и дополненная реальность, способствует созданию более интерактивного и эффективного образовательного опыта. Например, использование адаптивных систем обучения, которые подстраиваются под уровень знаний и скорость освоения

материала конкретного студента, может значительно повысить эффективность процесса обучения. Технологическое преимущество может стать ключевым дифференциатором на насыщенном рынке.

Бренд и репутация компании существенно влияют на её стоимость. Доверие пользователей, положительные отзывы, признание в отрасли — всё это способствует привлечению новых клиентов и удержанию текущих. В условиях обилия предложений пользователи часто выбирают платформы, которым доверяют и о которых слышали положительные отзывы от коллег или друзей. Компании с устоявшейся репутацией надёжного и качественного поставщика образовательных услуг имеют преимущество перед новичками. Инвестиции в маркетинг, PR и построение сообщества вокруг бренда окупаются увеличением лояльности и известности. Репутационные риски, такие как негативные отзывы или скандалы, связанные с качеством образования или этическими вопросами, могут существенно снизить стоимость компании.

Одним из критических аспектов является монетизационная модель компании. Существуют различные подходы к генерации дохода в онлайн-образовании: подписка, оплата за курс, модель «freemium», корпоративные решения для бизнеса и другие. Устойчивость и эффективность выбранной модели влияют на прогнозируемые денежные потоки и, следовательно, на оценку стоимости. Компании, способные успешно монетизировать свою аудиторию без потери пользовательской базы, имеют более высокую инвестиционную привлекательность. Например, модель подписки может обеспечить стабильный поток доходов, тогда как продажа отдельных курсов может быть более волатильной. Важно учитывать стоимость привлечения клиента (CAC) и пожизненную ценность клиента (LTV), чтобы оценить эффективность маркетинговых и продажных усилий.

Размер и активность пользовательской базы также являются ключевыми метриками. Количество зарегистрированных пользователей, активных студентов, показатели завершения курсов — всё это отражает реальный спрос и эффективность платформы. Высокая вовлечённость аудитории свидетельствует о качестве контента и платформы, а также повышает потенциал для перекрёстных продаж и дополнительных услуг. Кроме того, данные о пользователях могут быть использованы для совершенствования предложений и персонализации, что усиливает конкурентное преимущество. Увеличение коэффициента удержания пользователей снижает затраты на привлечение новых клиентов и повышает общую рентабельность бизнеса.

Интеллектуальная собственность и уникальные ресурсы компании добавляют значительную ценность. Патенты на технологические решения, эксклюзивные права на контент, уникальные методики обучения могут стать барьерами для конкурентов и обеспечить долгосрочное конкурентное преимущество. Оценка стоимости таких активов требует специализированного подхода, но их наличие существенно повышает общую стоимость компании. Инвестиции в собственные разработки и авторский контент могут окупиться в виде повышенной лояльности пользователей и дифференциации на рынке.

Партнёрства и стратегические альянсы с образовательными учреждениями, предприятиями и правительственными организациями расширяют возможности компании. Совместные программы, признание сертификатов на официальном уровне, интеграция с корпоративными системами обучения увеличивают охват и доходы. Например, сотрудничество с ведущими университетами может привлечь пользователей, ищущих высококачественное академическое образование, а партнёрства с компаниями могут обеспечить доступ к корпоративным клиентам, заинтересованным в обучении своих сотрудников. Такие связи свидетельствуют о доверии и

признании компании на рынке, что положительно отражается на её оценке.

Регуляторная среда и соответствие корпоративным стандартам обучения играют важную роль, особенно в международном контексте. Аккредитации, лицензии и соответствие требованиям разных стран увеличивают доверие пользователей и открывают новые рынки. Компании, активно работающие над соблюдением нормативных требований и стандартов качества, снижают риски и повышают свою стоимость. В некоторых случаях признание курсов государственными органами может позволить пользователям получать официальные дипломы или зачёты, что существенно повышает привлекательность платформы.

Конкурентная позиция на рынке является ещё одним существенным фактором. Анализ конкурентов, их сильных и слабых сторон, позволяет определить уникальные преимущества компании и области для роста. Компания, занимающая лидирующие позиции или обладающая уникальным предложением на рынке, оценивается выше благодаря потенциалу для долгосрочного доминирования. Барьеры для входа новых игроков, такие как высокая стоимость разработки контента или технологий, могут защитить позиции компании и повысить её стоимость.

Масштабируемость бизнеса и потенциал для роста непосредственно влияют на привлекательность для инвесторов. Онлайн-образовательные платформы, способные быстро расширять аудиторию без существенного увеличения затрат, имеют значительные преимущества. Технологическая платформа, построенная с учётом будущего роста, и эффективные процессы позволяют компании быстро реагировать на изменение рыночных условий и потребностей пользователей. Глобальная доступность и возможность выхода на международные рынки расширяют перспективы развития и увеличивают потенциальную аудиторию.

Данные и аналитика становятся всё более важными в определении стоимости. Способность собирать, анализировать и использовать данные о поведении пользователей для улучшения продуктов и принятия бизнес-решений создаёт дополнительную ценность. Компании, инвестирующие в аналитику и обладающие продвинутыми возможностями обработки данных, могут более эффективно адаптироваться и предлагать персонализированные решения. Например, анализ поведения студентов может помочь выявить сложности в прохождении курсов и скорректировать контент для повышения успешности обучения.

Риски и устойчивость бизнеса также должны быть учтены. Вызовы, связанные с безопасностью данных, защитой личной информации пользователей, возможностью быстрого появления новых конкурентов, могут повлиять на стоимость компании. Наличие стратегий управления рисками, планов на случай непредвиденных обстоятельств и сильной корпоративной культуры устойчивости повышают доверие инвесторов и партнёров. В эпоху растущих киберугроз компании, уделяющие особое внимание кибербезопасности и защите данных, снижают потенциальные репутационные и финансовые риски.

Финансовые показатели, такие как выручка, рентабельность, уровень затрат на привлечение клиентов и пожизненная ценность клиента, предоставляют количественную оценку эффективности бизнеса. Хотя многие онлайн-образовательные компании находятся в стадии активного роста и реинвестируют доходы в развитие, устойчивый финансовый фундамент повышает их стоимость. Инвесторы обращают внимание на баланс между ростом и финансовой стабильностью. Прозрачность финансовой отчётности и наличие чёткой стратегии монетизации усиливают доверие к компании.

Наконец, команда управления и эксперты, стоящие за компанией, оказывают значительное

влияние на её стоимость. Опытные руководители, обладающие видением и глубоким пониманием отрасли, способны эффективно реализовывать стратегии развития и реагировать на изменения рынка. Наличие талантливой команды преподавателей, разработчиков и маркетологов усиливает уверенность в долгосрочном успехе компании. Культура инноваций и постоянного улучшения внутри команды способствует созданию передовых решений и поддержанию конкурентоспособности.

Дополнительно, экологические и социальные аспекты начинают играть роль в оценке онлайн-образовательных компаний. В условиях растущей общественной осведомлённости о значимости устойчивого развития компании, демонстрирующие социальную ответственность, могут получить дополнительное признание и поддержку. Предоставление доступа к образованию для социально уязвимых групп, участие в благотворительных инициативах или акцент на экологически чистых операциях может улучшить репутацию и повысить ценность бренда.

Заключение

Таким образом, стоимость онлайн-образовательных компаний определяется комплексом факторов, отражающих как внутренние аспекты бизнеса, так и внешнюю рыночную среду. Успешная компания сочетает в себе качественный контент, передовые технологии, эффективную бизнес-модель и сильную команду. Понимание и управление этими ключевыми факторами позволяет не только повысить оценку стоимости, но и обеспечить устойчивый рост и влияние на глобальном образовательном рынке.

В постоянно меняющемся мире онлайн-образование играет всё более важную роль в формировании будущего общества. Компании, способные адаптироваться к новым вызовам, внедрять инновации и предоставлять ценность своим пользователям, будут продолжать расти и становиться неотъемлемой частью глобальной экономики знаний.

Библиография

1. Волкова, Е. В. Цифровые технологии в современном обучении студентов высших учебных заведений / Е. В. Волкова, Е. А. Скиярова // Научный потенциал. – 2023. – № 2-2(41). – С. 57-59. – EDN GMGFWN.
2. Гаврилова, В. А. Критерии оценки эффективности достижения целей в рамках цифровизации экономики / В. А. Гаврилова, Н. Н. Романовская // Вестник Тульского филиала Финуниверситета. – 2022. – № 1. – С. 307-308. – EDN JJWFCF.
3. Ковешникова, Ю. В. Тенденции цифровизации рынка образовательных услуг / Ю. В. Ковешникова, Т. Н. Шушунова // Успехи в химии и химической технологии. – 2021. – Т. 35, № 1(236). – С. 42-44. – EDN GMNWEU.
4. Кротенко, Т. Ю. Сложности цифровизации: информационные технологии в бизнесе, науке, управленческом образовании / Т. Ю. Кротенко, М. И. Кануникова, О. В. Лесникова // Путеводитель предпринимателя. – 2021. – Т. 14, № 4. – С. 11-15. – DOI 10.24182/2073-9885-2021-14-4-11-15. – EDN ZFQAUD.
5. Мамедова, З. С. Применение цифровых экосистем в образовательных организациях: новые вызовы современного общества / З. С. Мамедова // Инженерные кадры - будущее инновационной экономики России. – 2022. – № 1. – С. 777-779. – EDN ННМУТТ.
6. Нагорный, Б. О. подходы и методы оценки рыночной стоимости компаний из сферы онлайн-образования / Б. О. Нагорный // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т. 1, № 7(139). – С. 83-92. – DOI 10.36871/ek.ur.p.r.2023.07.01.012. – EDN AXETMP.
7. Результаты и оценивание / М. Ю. Демидова, Е. Ю. Карданова, Р. Б. Куприянов [и др.] // Вестник Российского фонда фундаментальных исследований. – 2022. – № 1(113). – С. 104-113. – EDN GLBPSB.
8. Саидов, М. Х. Законодательные основы цифрового образования / М. Х. Саидов, Н. А. Ашурметова // Экономический журнал. – 2021. – № 3(63). – С. 61-65. – EDN ZJETFA.
9. Семенова, Е. В. Цифровизация образования: где ее границы? / Е. В. Семенова // Человек и язык в коммуникативном пространстве: сборник научных статей. – 2022. – № 13(22). – С. 177-182. – EDN QBMBQT.

10. Хамитов, Р. М. Цифровизация образования и ее аспекты / Р. М. Хамитов // Современные проблемы науки и образования. – 2021. – № 3. – С. 8. – DOI 10.17513/spno.30771. – EDN GNLYIV.

The Impact of Educational Digitalization on the Valuation of Online Businesses

Evgenii A. Kovalenko

Postgraduate Student,
Plekhanov Russian University of Economics,
117997, Russian Federation, Moscow, Stremyanny Lane, 36;
e-mail: kevalogu@mail.ru

Abstract

In recent years, the rapid development of digital technologies has significantly impacted various sectors of the economy, including educational systems. This article examines the influence of educational digitalization on the valuation of businesses providing educational services in an online format. Amid the global pandemic and the widespread shift to remote learning, there has been a sharp increase in the number of online educational platforms and services. This has necessitated a revision of traditional business valuation models, as digitalization alters revenue and cost structures, scalability potential, and the level of competition in the market. The authors conducted a comparative analysis of existing business valuation mechanisms in online education, employing several methodological approaches, including discounted cash flow (DCF) analysis and multiplier methods. Special attention is given to the impact of factors related to digital transformations, such as the influence of machine learning technologies, artificial intelligence, and platform scalability. The study reveals that the digitalization of educational processes significantly impacts the valuation of businesses focused on online education. It was found that the introduction of digital tools creates new revenue streams through content personalization, enhanced customer experience, and the ability to quickly adapt to market conditions. This, in turn, positively affects the valuation metrics of companies. The impact of digitalization on the education sector necessitates a new approach to valuing online businesses. The article emphasizes the importance of using updated methodological approaches that consider not only financial indicators but also technological factors, as well as the business's readiness for scaling and innovation.

For citation

Kovalenko E.A. (2024) Vliyanie tsifrovizatsii obrazovaniya na stoimost' otsenki onlain-biznesa [The Impact of Educational Digitalization on the Valuation of Online Businesses]. *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], 14 (11A), pp. 439-450. DOI: 10.34670/AR.2024.41.16.049

Keywords

Digitalization, education, valuation, online business, scalability, artificial intelligence, machine learning.

References

1. Volkova E.V., Sklyarova E.A. (2023) Tsifrovye tekhnologii v sovremennom obuchenii studentov vysshikh uchebnykh zavedenii [Digital technologies in modern education of students in higher educational institutions]. Nauchnyy potentsial [Scientific Potential], 2-2(41), pp. 57-59. – EDN GMGFWH.
2. Gavrilova V.A., Romanovskaya N.N. (2022) Kritery otsenki effektivnosti dostizheniya tseley v ramkakh tsifrovizatsii ekonomiki [Criteria for evaluating the effectiveness of achieving goals within the framework of economic digitalization]. Vestnik Tul'skogo filiala Finuniversiteta [Bulletin of the Tula Branch of the Financial University], 1, pp. 307-308. – EDN JJWFCF.
3. Koveshnikova Y.V., Shushunova T.N. (2021) Tendentsii tsifrovizatsii rynka obrazovatel'nykh uslug [Trends in the digitalization of the educational services market]. Uspyekhi v khimii i khimicheskoi tekhnologii [Achievements in Chemistry and Chemical Technology], 35(1), pp. 42-44. – EDN GMNWEU.
4. Krotienko T.Yu., Kanunikova M.I., Lesnikova O.V. (2021) Slozhnosti tsifrovizatsii: informatsionnye tekhnologii v biznese, nauke, upravlencheskom obrazovanii [Challenges of digitalization: information technologies in business, science, and management education]. Putevoditel' predprinimatel'ya [Entrepreneur's Guide], 14(4), pp. 11-15. – DOI 10.24182/2073-9885-2021-14-4-11-15. – EDN ZFQAUD.
5. Mamedova Z.S. (2022) Primenenie tsifrovyykh ekosistem v obrazovatel'nykh organizatsiyakh: novye vyzovy sovremennogo obshchestva [The application of digital ecosystems in educational organizations: new challenges of modern society]. Inzhenernye kadry - budushchee innovatsionnoi ekonomiki Rossii [Engineering Personnel- The Future of Russia's Innovative Economy], 1, pp. 777-779. – EDN HHMYTT.
6. Nagomyy B.O. (2023) Podkhody i metody otsenki rynochnoi stoimosti kompanii iz sfery onlayn-obrazovaniya [Approaches and methods for assessing the market value of companies in the online education sector]. Ekonomika i upravlenie: problemy, resheniya [Economics and Management: Problems, Solutions], 1(7), pp. 83-92. – DOI 10.36871/ek.up.p.r.2023.07.01.012. – EDN AXETMP.
7. Demidova M.Yu., Kardanova E.Yu., Kupriyanov R.B., et al. (2022) Rezultaty i otsenivaniye [Results and evaluation]. Vestnik Rossiiskogo fonda fundamental'nykh issledovaniy [Bulletin of the Russian Foundation for Fundamental Research], 1(113), pp. 104-113. – EDN GLBPSB.
8. Saidov M.Kh., Ashurmetova N.A. (2021) Zakonodatel'nye osnovy tsifrovogo obrazovaniya [Legislative foundations of digital education]. Ekonomicheskii zhurnal [Economic Journal], 3(63), pp. 61-65. – EDN ZJETFA.
9. Semenova E.V. (2022) Tsifrovizatsiya obrazovaniya: gde yeë granitsy? [Digitalization of education: where are its boundaries?]. Chelovek i yazyk v kommunikativnom prostranstve: sbornik nauchnykh statei [Man and Language in the Communicative Space: Collection of Scientific Articles], 13(22), pp. 177-182. – EDN QBMBQT.
10. Khamitov R.M. (2021) Tsifrovizatsiya obrazovaniya i yeë aspekty [Digitalization of education and its aspects]. Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya [Current Problems of Science and Education], 3, p. 8. – DOI 10.17513/spno.30771. – EDN GNLYIV.