

Влияние пандемии на образовательные стартапы: пул возможностей или смутное время

innovations_edu@hse.ru

Введение

«Шоки» COVID-2019 могут порождать как инновации, так и кризисы в конкретных организациях и системе в целом.

– Отсутствие времени и ресурсов на инновационную деятельность в кризис

(Archibugi et al., 2013)

– Инновации часто возникают как ответ на негативный опыт или вызовы извне

(Королева & Хавенсон, 2018; Joe Tidd & Besant, 2018)

Методология

→ Опрос участников
Конкурса инноваций
в образовании (КИвО)

май 2020, N = 223

→ Текстовый анализ
проектов, поданных на
номинацию CovEd КИвО,

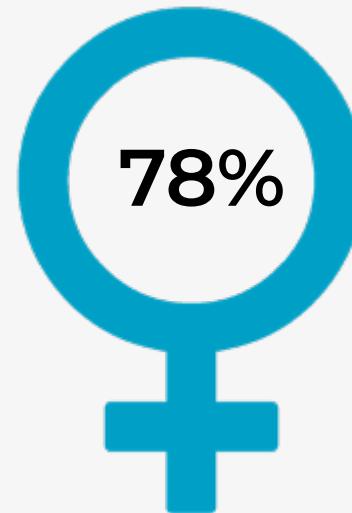
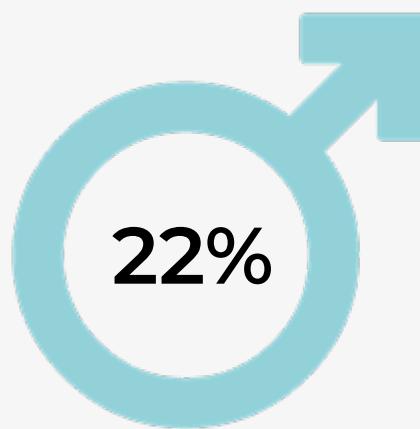
апрель 2020, N = 67

→ Сравнение с данными
мониторинга ландшафта
образовательных
инноваций

2015, 2018, 2020

Выборка:

Проекты для всех уровней образования, различной тематики и формата реализации.



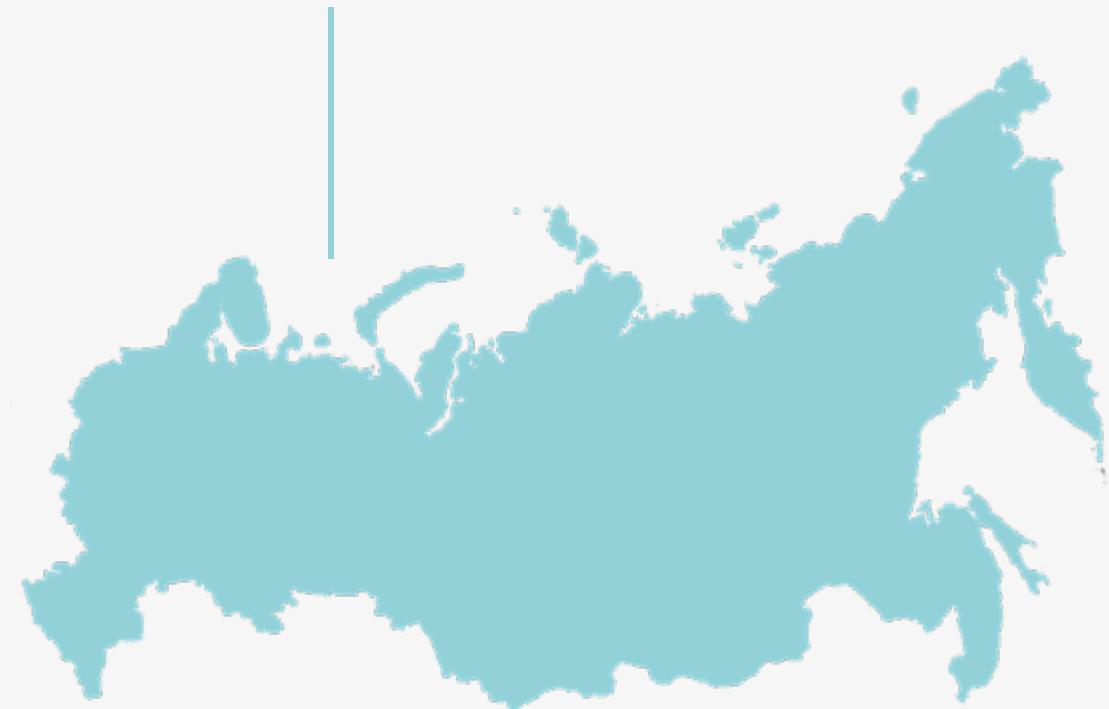
возраст

min=15 лет

max=74 года

51 регион

46% проживает
в городах-миллионниках



Трансформация образовательных проектов/стартапов во время пандемии COVID-2019

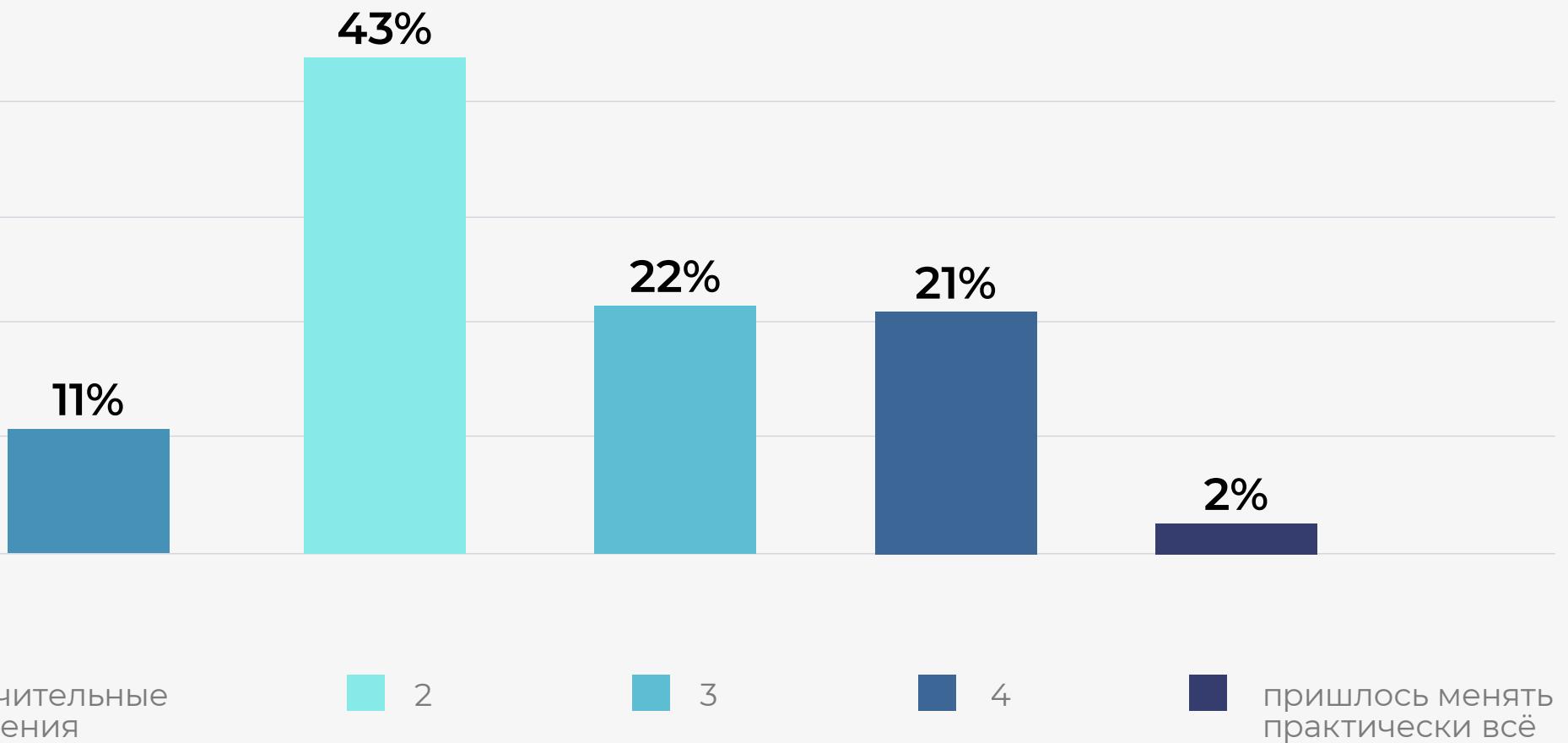
59%
пандемия оказала
влияние

25%
был
незначительно
изменен

15%
был существенно
изменен

19%
возник в связи
с пандемией

Степень изменения:



Проект на стадии идеи:

- У проекта есть идея и название, есть понимание плана реализации, сформирована команда для запуска проекта.
- Проект представлен потенциальным партнерам и инвесторам, разработаны презентационные материалы, ведется поиск ресурсных и финансовых инвестиций.

Проект на активной стадии:

- Проект реализуется с привлечением внешних или собственных ресурсов, созданы каналы распространения информации о проекте, есть первые пользователи.
- Растет качество ресурсного обеспечения проекта, увеличивается число пользователей, информация о проекте широко распространяется.
- Появляются аналоги проекта, ведется поиск возможностей применения проекта в других сферах и дополнительной целевой аудитории.

Кто почувствовал влияние в большей мере?

Проекты на активной стадии реализации
чувствуют на себе больше влияния,
чем проекты на стадии идеи

55% | 20%

Проекты с официальной юридической
регистрацией чувствуют на себе больше
влияния, чем проекты без регистрации

43% | 34%

А кому было сложнее реализовать изменения?

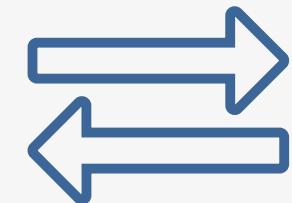
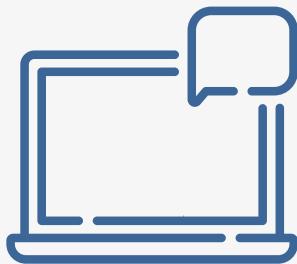
Проектам на активной стадии реализации сложнее вносить изменения, чем проектам на стадии идеи.

72% | 50%

Проектам с официальной юридической регистрацией сложнее вносить изменения, чем проектам без регистрации.

66% | 53%

Трансформация проекта во время пандемии



80%

переход
в онлайн
формат

2%

разработка
новой стратегии
для проекта:

9%

полная
остановка
деятельности

9%

операционные
изменения

- Бесконтактная доставка
- Разделение потоков детей
- Замена результата проекта на более «подъемный»

Трансформация проектов — барьер или возможность?



Изменения в результатах проекта (разработки/продукты/услуги/сервисы)

Изменения в рынке спроса (потребители)

Изменения в географии проекта (масштабирование/партнеры)



Изменения в ресурсах проекта (финансовые/человеческие и др.)



Изменения в рынке предложения (конкуренты/аналоги)

О результатах проекта:

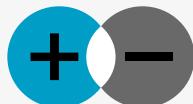


“Мы перевели наши курсы и онлайн активность в онлайн, освоили новые инструменты работы в группе онлайн. Все это помогло нам разработать проект распределенной командой, это еще одна уникальная ситуация, которая была бы невозможна в обычное время.”



“Были перенесены сроки реализации проекта, вернее сроки итоговых мероприятий”

О рынке предложений:



“Конкуренция возросла, но вместе с тем наблюдается повышение качества онлайн-услуг в сфере образования”

О рынке спроса:



“Произошел взрыв спроса на рынке образования.”



“Родители накупили ноутбуков”



“Теперь онлайн-обучение более привычная для учеников и их родителей форма.”



“Публика быстро устала от компьютерных форматов обучения”

Осведомленность о мерах поддержки на разных уровнях:

федеральные



81%

региональные



83%

муниципальные



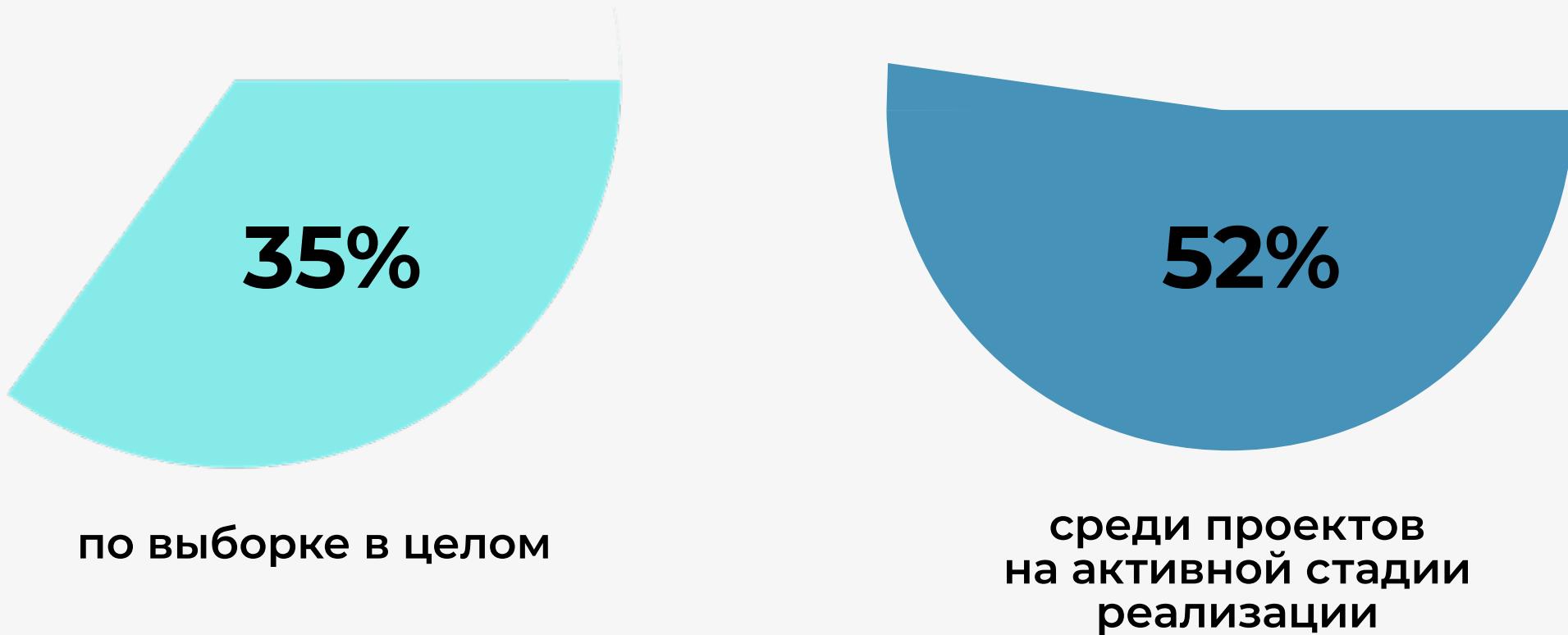
77%

международные



65%

Воспользовались/ планируют воспользоваться мерой поддержки:



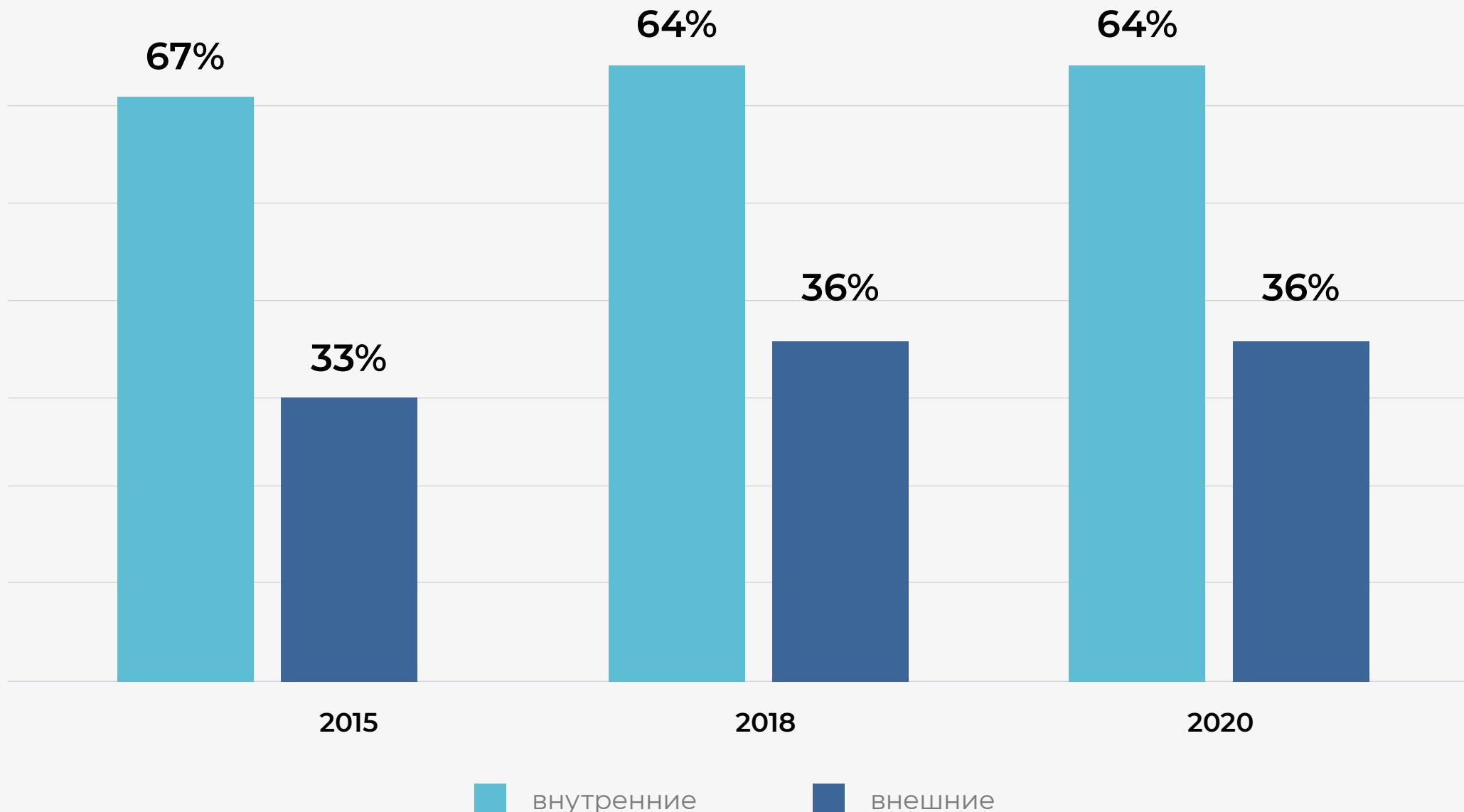
Ландшафт проектов, отвечающих на вызовы COVID-2019



**Не онлайн «заплатка»,
а решение, встроенное
в образовательный процесс**



Кто предлагает?

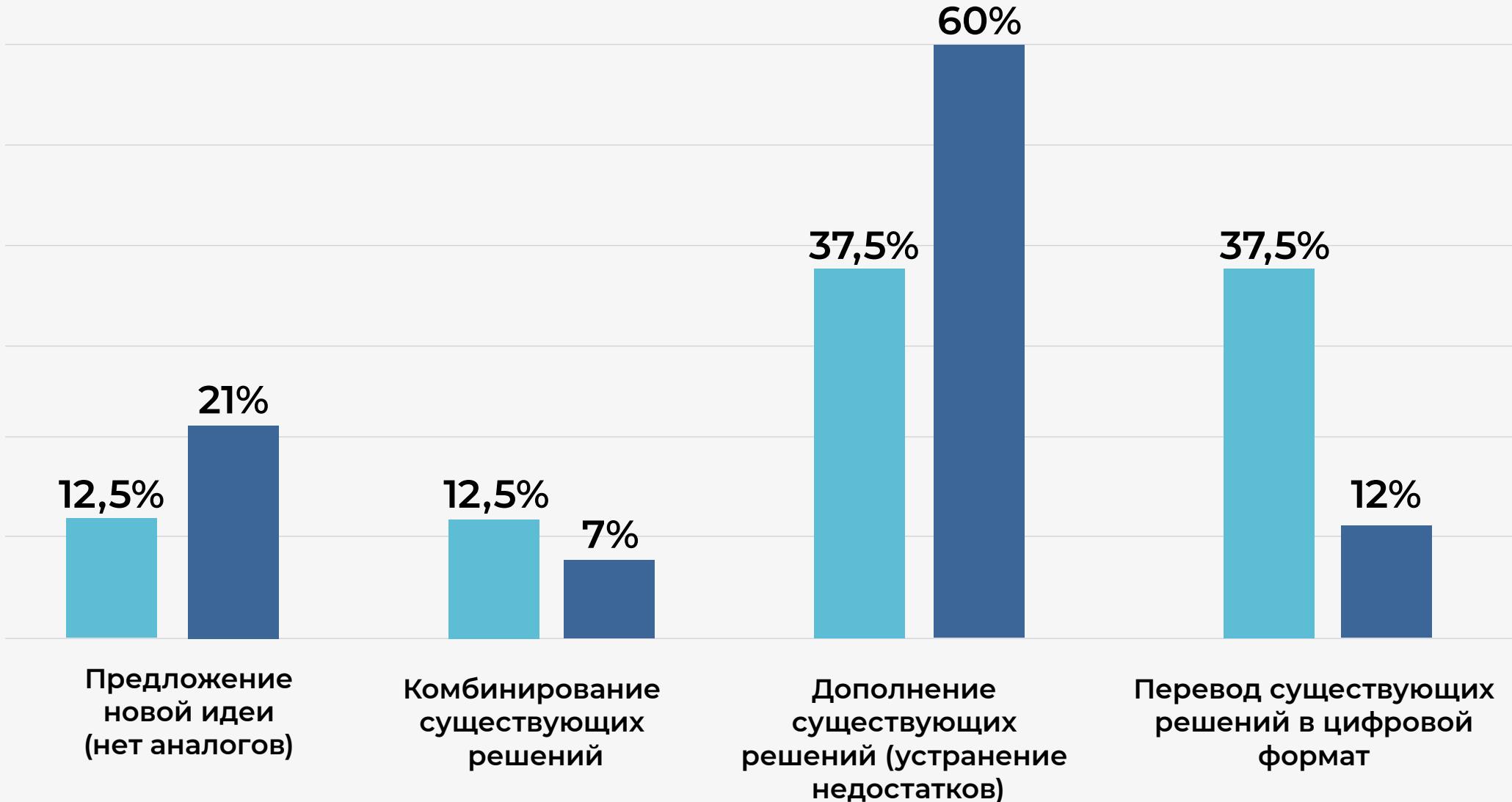


источник: сравнение результатов кодирования описания проектов в номинации CovED-2020 с результатами кодирования в рамках мониторинга образовательных инноваций (2018, 2015)

Тип инновации

2020 год

2015 год



Формат потребления



источник: сравнение результатов кодирования описания проектов в номинации CovED-2020 с результатами кодирования в рамках мониторинга образовательных инноваций (2018, 2015)

Схема взаимоотношений с клиентами



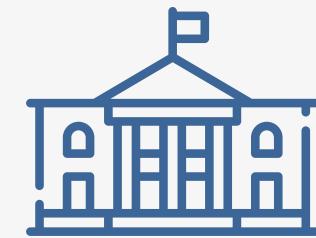
64%

Business to
consumer
(семьи)



34%

Business to
business
(образовательные
организации)



2%

Business to
government
(государственные
органы управления)

Сфера образования



Предметная область



Проекты для социально незащищенных групп



Направлены на решение
социальных(ой) проблем(ы)



Нет цели решить
социальную проблему

Выводы и вопросы для дискуссии

- Пандемия коснулась большинства проектов, но масштабы, содержание и эффекты трансформации очень различны. Действующие стартапы серьезно переработали свои продукты, «новеньkim» было проще адаптироваться или они игнорируют необходимость изменений.
- Вызовы пандемии стали непреодолимым барьером для части проектов и пулом возможностей для других. Рынок обновился.
- Инноваторы знали о существующих мерах поддержки, но не планировали ими воспользоваться. Отдельная поддержка необходима проектам на ранних стадиях.
- Ландшафт образовательных проектов существенно изменился. Проекты не только ушли в онлайн, но и вышли на новый уровень (от копирования практик “substitution” к новым форматам “redefinition”).

Спасибо за внимание!

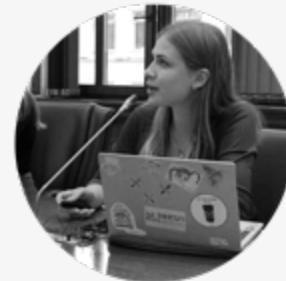
Лаборатория инноваций
в образовании НИУ ВШЭ:



Королева Д.О.



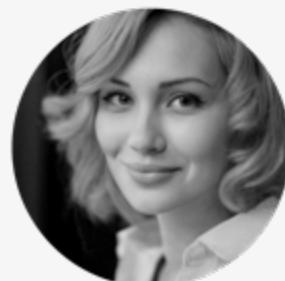
Хавенсон Т.Е.



Андреева А.А.



Науширванов Т.О.



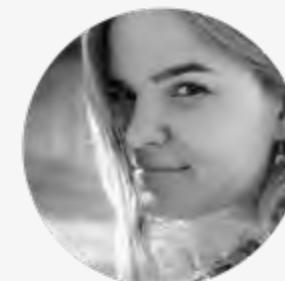
Семенычева А.Ю.



Матвеева Е.В.



Коновалова П.В.



Сашкина Я.Д.
(верстка презентации)