

В период пандемии сегмент онлайн образования показывает бурный рост. В работе проводится анализ вывода на рынок продукта в сфере EdTech, который позволит создать современное цифровое пространство для учебы, обеспечив доступность знаний.

**Введение.** По данным Global Market Insights, еще в 2017 году прогнозировался планомерный рост онлайн сегмента образования. По данным Metaari, за 2019 год в EdTech были инвестированы рекордные \$18,66 млрд, что на \$2 млрд больше, чем в 2018 году [1]. Также в 2020 году актуальность онлайн образования обусловлена COVID-19. В период пандемии все сидят дома, а школы и университеты вынужденно перешли в онлайн. Таким образом, спрос на онлайн-образование увеличился, а с развитием данной индустрии онлайн-сегмент окончательно признан всеми участниками рынка. В большинстве китайских EdTech-компаний используются решения для изучения предметов школьной программы. Около 60% китайских EdTech-компаний работают на рынке школьного и дополнительного школьного образования, при этом для глобального рынка в целом — 38% [2]. В России эта доля составляет около 24%, что показывает отставание в этой отрасли.

**Основная часть.** На фоне роста рынка онлайн-образования, появляются и развиваются новые технологии и методы обучения. Всё более востребованы практики взаимного обучения (p2p-learning). Сегодня вместо профессиональных программ появляются p2p-платформы, где пользователи для освоения точечного навыка интересуются знаниями у экспертов, таких же пользователей, чьи компетенции верифицированы.

В качестве исследуемого продукта для вывода на рынок EdTech рассматривается peer to peer платформа для школьников. В основе лежит принцип «проклятия знания», который заключается в том, что более информированным людям очень сложно решать какую-либо задачу с точки зрения людей, которые информированы в меньшей степени. Таким образом, данный термин подразумевает, что учитель обладает знанием и пытается его передать, но именно этот способ передачи знания может не подходить тем, у кого этого знания нет. Наша платформа решает эту проблему. На ней школьник, кто уже разобрался в теме, отвечает на вопрос другого школьника, который пытается разобраться в этой же теме. Источниками информации для анализа вывода на рынок продукта стали маркетинговые исследования, метрики веб приложения и опросы, интервью с пользователями.

**Выводы.** В результате исследования приведена воронка приложения и метрики пользователей. Также в исследовании определены критерии полезности и эффективности продукта, разработана бизнес модель p2p-платформы. Проработан рынок в сфере EdTech и способы продвижения на нем.

Список литературы:

1. Статья «Metaari's Analysis of the 2017 Global Learning Technology Investment Patterns» Metaari / Режим доступа:  
<http://users.neo.registeredsite.com/9/8/1/17460189/assets/Metaari-2019-Global-Learning-Technology-Investment-Patterns.pdf>
2. Статья «Исследование российского рынка онлайн-образования» TalentTech, EdMarket, Нетология / Режим доступа:  
[https://innoagency.ru/files/Issledovanie\\_rynka\\_rossiyskogo\\_online\\_obrazovania\\_2020.pdf](https://innoagency.ru/files/Issledovanie_rynka_rossiyskogo_online_obrazovania_2020.pdf)

Петров М.И. (автор)

Подпись