

10 ВЫПУСК. АПРЕЛЬ 2023

СPEКТР  
ED.PARTNERS

**SPEKTR + ED.PARTNERS**

EDTECH

ДАЙДЖЕСТ

Главные тренды, новости и аналитика  
сегмента ДПО





## О продукте

Дайджест окажется полезен компаниям сегмента ДПО, бизнес-образования и другим участникам edtech-рынка. Каждый месяц мы освещаем главное, что происходит в дополнительном профессиональном образовании (онлайн-курсы) в России и в мире: тренды и новости, мнения участников рынка, аналитика маркетинговой активности российских компаний.

Дайджест призван экономить время топ-менеджеров. В нем собраны данные из десятков источников, в том числе неочевидных и платных, и отфильтрована только та информация, на основе которой можно принимать управленческие решения.

## Основная аудитория:



Топ-менеджмент в edtech



Команды маркетинга и роста в edtech



Продуктовые команды в edtech

## Ценность для основной аудитории:

— отслеживать активность конкурентов и изменения ландшафта рынка

— реагировать на угрозы и возможности рынка: в краткосрочной и долгосрочной перспективе

— адаптировать продукты под глобальные тренды

— вдохновляться лучшими мировыми и российскими практиками

— экономить время на поиск информации, на основе которой принимаются управленческие решения

## Работу над дайджестом ведут две команды:

### С П Е К Т Р

Spektr — аналитическое агентство, которое занимается исследованиями и мониторингом рынка, трендов и конкурентного ландшафта.



[weare@spektr.team](mailto:weare@spektr.team)



[www.spektr.team](http://www.spektr.team)

### ED.PARTNERS

Ed.Partners — маркетинговое агентство, сосредоточенное на edtech-рынке. Сегодня мы предлагаем три услуги: CPA-маркетинг, Influence-маркетинг и маркетинговый консалтинг.



[welcome@ed.partners](mailto:welcome@ed.partners)



[www.ed.partners](http://www.ed.partners)

## Тренды

- 7 | На фоне перенасыщения рынка труда junior-специалистами edtech-компании экспериментируют с новыми формами поддержки трудоустройства

## Конкурентный ландшафт: запуски курсов

- 12 | Skillbox, Яндекс Практикум, Otus и Специалист им. Баумана запустили новые курсы

## Исследования

- 15 | Исследование PROPROFI.ONLINE: тренды рынка онлайн-образования в России
- 18 | 80% онлайн-школ используют Telegram в рабочих процессах
- 20 | Доходы онлайн-школ на GetCourse за год выросли на 3%
- 20 | Сменить профессию россиянам мешает незнание трендов на рынке труда и отсутствие уверенности
- 21 | Опрос Calltouch: половина россиян отменила обучение в 2023 году
- 22 | Большая часть российских работодателей готова обучать новичков
- 22 | Учителя и студенты позитивно оценили влияние ИИ на российское образование
- 23 | Выпускники школ стали чаще выбирать онлайн-курсы в качестве основного профессионального обучения

## Мнения

- ★ 25 | «Сообщество — это не просто люди, которые проходят курс». Интервью гендиректора Ultimate Education Павла Мосейкина
- ★ 28 | СМО Яндекс Практикума о том, как изменился спрос на обучение маркетингу и менеджменту
- 30 | Как зарабатывать на онлайн-образовании. Советы операционного директора Bang Bang Education
- 31 | Как будет развиваться российский сегмент ДПО в 2023 году
- 33 | Владимир Баяндин, Skupro — о нерентабельности большинства курсов и «взрослении» клиента

## Кейсы

- 35 | Как Нетология увеличила узнаваемость в регионах в 10 раз
- 36 | Онлайн-школа WINbd удержала и трудоустроила 75% слушателей курсов

## Российские новости

- 39 | Яндекс Практикум запустил B2B-платформу для обучения сотрудников цифровым навыкам
- 40 | Российские edtech-компании увеличили выручку на 23% за первый квартал 2023 года
- 40 | Доходы девяти российских инфобизнесменов за год выросли на 24%
- 41 | Яндекс Практикум провел бесплатную конференцию, на которой HR-эксперты разобрали резюме и портфолио соискателей
- 41 | Академия Яндекса запустила конкурс для студентов и аспирантов, которые хотят перейти в IT-образование

## Мировой рынок

- 43 | Венчурные инвестиции в edtech упали на 80% за год
- 44 | Компания Omdena выпустила топ-50 лучших edtech-компаний. Мы отобрали четыре самых интересных
- 44 | Итоги казахстанского edtech-рынка от EdTechs
- 46 | Основатель Khan Academy рассказал, как его компания использует генеративный ИИ
- 46 | Опыт работы с ИИ стал одним из самых востребованных навыков при найме в США
- 47 | CourseAI выпустила нейросеть, которая может генерировать онлайн-курсы

# ED.PARTNERS

С мая по июль у вас

**«НЕСЕЗОН?»**

Внедрите или дополните свой **CPA-маркетинг**:  
платите только за факт продаж или  
качественные лиды!

Новинка



**Привет!**  
**Я Лена Ермакова:**

- сооснователь [Ed.Partners](#)
- руковожу направлением CPA-маркетинга
- была Head of CPA в SkillFactory Group (это школы SkillFactory, Contented, Product Live, Линейка Высшего образования)

## В ЧЕМ МЫ СИЛЬНЫ ДЛЯ ВАС

Мы с командой запускаем с нуля CPA-маркетинг для edtech-игроков или эффективно масштабируем ваш текущий оффер. Мы единственные, кто запускает канал под ключ и не на словах, а качественно и на деле.

- более 1500 конвертящих веб-мастеров различных направлений и видов трафика
- 35 довольных клиентов
- более 30 CPA-сетей (через нас вы будете платить НОЛЬ рублей фикса всем новым CPA-сетям)
- только белый качественный трафик
- рост выручки с канала в среднем на 30-50% от квартала к кварталу
- РФ, СНГ и международные рынки
- трафик на основные воронки, вебинары, автовебинары, контентные продукты
- запуск реферальной программы

↓ ДАВАЙТЕ Я ПОКАЖУ ВАШЕЙ ОНЛАЙН-ШКОЛЕ, НА ЧТО МЫ СПОСОБНЫ ↓

**ED.PARTNERS**


[Связаться со мной прямо сейчас](#)

Если ссылка не откроется,  
пишите в телеграм @eleneer


# СПЕКТР ПОМОГАЕТ EDTECH-КОМПАНИЯМ АНАЛИЗИРОВАТЬ РЫНОК, ТРЕНДЫ, ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ И КОНКУРЕНТОВ


Какие бизнес-задачи помогают решать наши исследования?

 Выход на международные рынки

 Поиск точек роста  
в существующих продуктах

 Запуск новых продуктов  
и сервисов

 Целеполагание  
и синхронизация команд

 Разработка маркетинговой,  
продуктовой или бизнес-  
стратегии

За четыре года мы провели более **200** исследований для лидеров рынка. Среди наших клиентов — Сбер, Яндекс, Ростелеком, Авито, VK, X5 Group и другие крупнейшие компании России.

Напишите нам,  
и мы обсудим  
вашу задачу ❤️

[t.me/@aemakarenkova](https://t.me/@aemakarenkova)

[weare@spektr.team](mailto:weare@spektr.team)

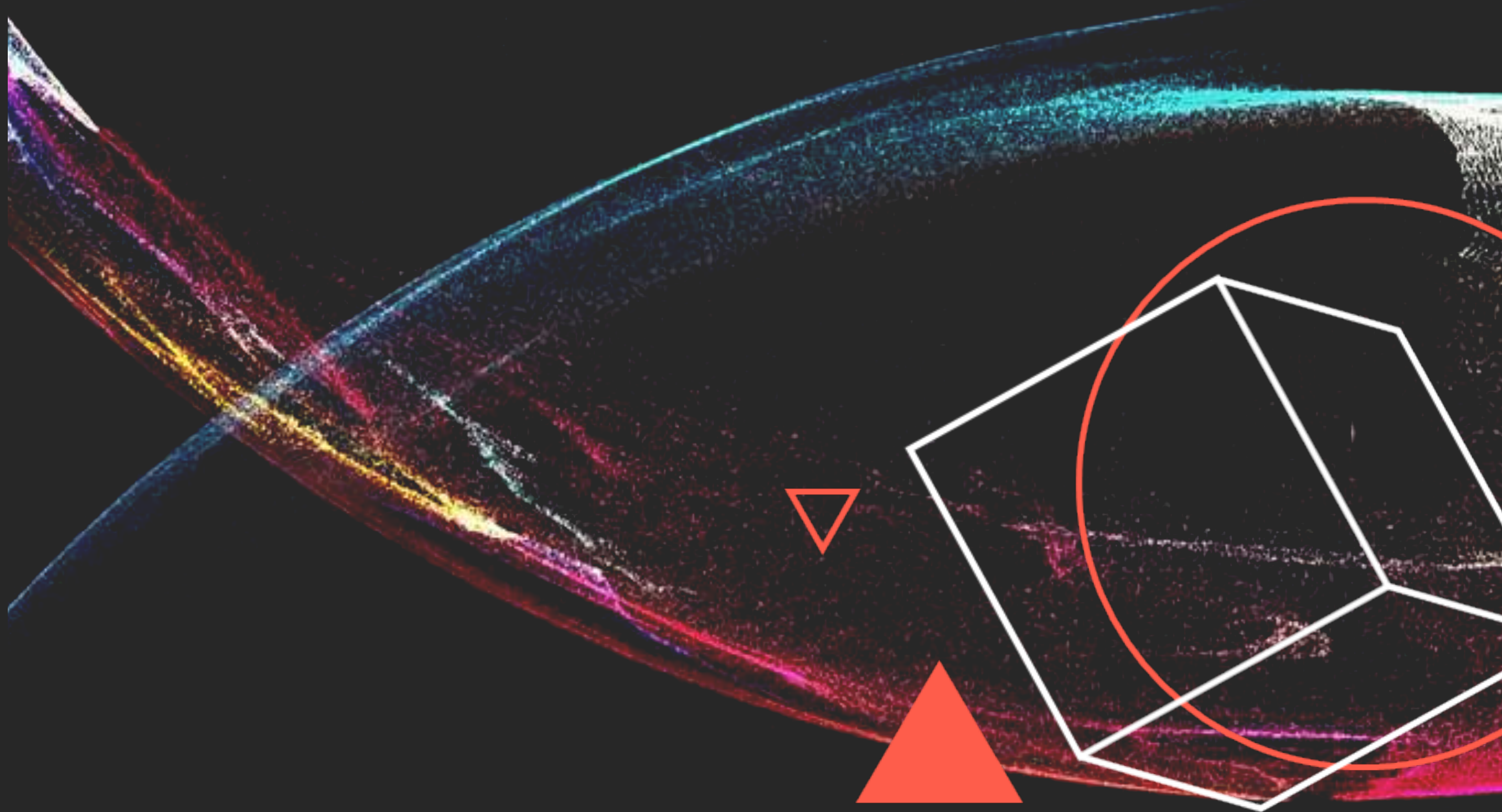


# ТРЕНДЫ



## Ключевые хайлайты

- Онлайн-школы начали гарантировать выпускникам трудоустройство и развивать карьерные центры из-за преобладания начинающих специалистов на рынке труда





## На фоне перенасыщения рынка труда junior-специалистами edtech-компании экспериментируют с новыми формами поддержки трудоустройства

**В 2022 году резко обострилась конкуренция начинающих специалистов на рынке труда. Это толкает edtech-компании постоянно изобретать новые практики, призванные помочь выпускникам найти работу или обеспечить им релевантный опыт. Эксклюзивные комментарии к материалу предоставили руководитель центра развития карьеры Нетологии Татьяна Смирнова, руководитель центра карьеры в Skypro Светлана Шиманская и руководитель карьерного трека Хекслет Алиса Воробьева**

Согласно исследованию SuperJob, за последний год общее количество вакансий в IT снизилось на 20%, а количество резюме выросло на треть. Основная часть сокращения приходится на молодые кадры. По словам директора по развитию Skillbox Глеба Михеева, сейчас на рынке труда соискателей уровня junior примерно в три раза больше, чем вакансий. Специалистов уровня middle, наоборот, в три раза меньше, чем нужно, а senior — в 50 раз меньше. С февраля по сентябрь количество junior-вакансий снизилось на 63%.

Опрос Яков и партнеры показал, что 100% работодателей предпочитают работников с опытом. При этом для них неважно, что за образование у соискателя — вузовское или онлайн-курсы. Поэтому выпускники онлайн-школ остаются востребованными, но компаниям все сложнее гарантировать им трудоустройство. Это заметили и в образовательных компаниях.

По словам руководителя центра развития карьеры Нетологии Татьяны Смирновой, если смотреть на количество откликов на вакансии от выпускников программ трудоустройства Нетологии, в I квартале 2023 года их количество возросло по сравнению с IV кварталом 2022 года. Количество резюме на одну позицию может быть более 100.

Руководитель карьерного трека Хекслет Алиса Воробьева тоже отмечает, что трудоустройство усложнилось — это связано со структурной трансформацией рынка. «Сейчас IT — это рынок работодателя. Особенно отчетливо это стало видно по junior и middle специалистам. Теперь работодатель может себе позволить нанять начинающего специалиста с небольшим опытом за те же деньги, которые он тратит на специалиста без опыта. Поэтому сейчас от студента требуется больше усилий для получения оффера. Если ранее он мог получить оффер уже на третьем проекте в процессе обучения, то сегодня ему нужно полностью пройти образовательную программу и поучаствовать в open-source проекте». Руководитель центра карьеры в Skypro Светлана Шиманская также рассказала, что трудоустройство усложнилось.

В Нетологии 35% студентов при покупке курсов обращает внимание на обещание помочь с трудоустройством. Показатели по трудоустройству в традиционно конкурентных дизайне и маркетинге сегодня выше, чем в Data Science и аналитике.

В Хекслет клиентов, которые приходят учиться, чтобы сменить работу, около 60%, поэтому обещание помощи в трудоустройстве занимает одно из ключевых мест в оффере. В компании рассказали, что среди наиболее востребованных IT-специальностей на рынке сегодня — PHP, Frontend и Ruby.

Вот какие методы поддержки трудоустройства развивают edtech-компании.



### Карьерные трекары

Многие edtech-компании развивают карьерные центры, сотрудники которых консультируют студентов в вопросах трудоустройства, а также помогают составить портфолио. Нетология и Хекслет предлагают студентам сопровождение через карьерные трекары — комплексы мер от начала обучения и до достижения карьерной цели. В них входят карьерные консультации, вебинары и курсы по трудоустройству, помощь в составлении резюме.

## Резюме программистов

1  
 Ответ  
3  
 Просмотров

**Node.js developer**

Всегда нравилась созидательная работа и сложные задачи. До разработки мне не хватало ощущения "сложности" поставленных задач, и достаточной умственной деятельности. Так же имею опыт 3D моделировани...

**javascript HTML CSS Git CSS3 Bootstrap ООП node.js Typescript HTML5 React SASS Redux Mysql SQL**  
**Node-express Nest.JS PostgreSQL**

около 7 часов [Anonymous](#)

1  
 Ответ  
4  
 Просмотров

**Frontend разработчик**

Более 4-х лет работаю в образовании, но меня всегда очень привлекала сфера разработки. Полтора года назад начала изучать Frontend разработку, и поняла, что нашла именно ту область IT, в которой мне...

**CSS HTML JavaScript TypeScript React Redux CSS**

Платформа для публикации резюме, которая является частью карьерного трека Хекслет



### Гарантия трудоустройства

Некоторые edtech-компании, например, Geekbrains, гарантируют выпускникам трудоустройство.

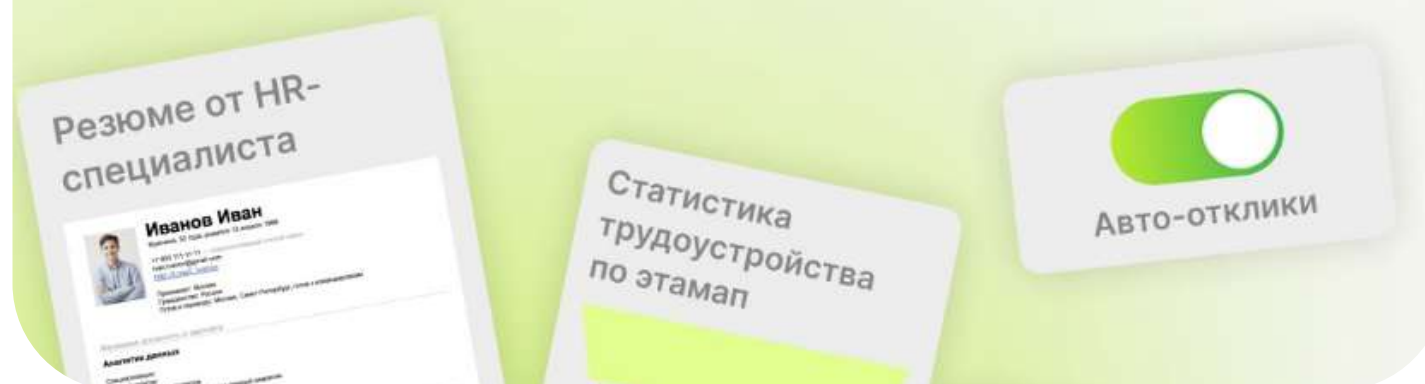
По словам Светланы Шиманской, руководителя центра карьеры в Skupro, компания так и не смогла увидеть значимую разницу в наличии или отсутствии гарантии, поэтому наличие гарантии для нее — это скорее способ показать, что та готова брать на себя большую долю ответственности.

До недавних пор компания Skupro гарантировала трудоустройство всем студентам, но в апреле ввела новый механизм работы центра карьеры. Компания обеспечит трудоустройство только тем студентам, которые сдадут аттестацию, похожую на тестовое задание реального работодателя.



После прохождения основных блоков по профессии каждый студент должен сдать **специальную аттестацию.**

Это допуск в блок центра карьеры, где мы помогаем составить резюме и сопроводительные письма, выделяем наставников — карьерных специалистов, настраиваем автоотклики на вакансии и многое другое.



Карточка из анонса Хекслет о введении аттестации для гарантии трудоустройства



## Тестовые интервью

Хекслет недавно внедрил тестовые интервью, на которых студент может отработать свои навыки прохождения собеседований. Также школа проводит вебинары, на которых эксперты разбирают негативные паттерны поведения junior-специалистов, способные испортить собеседование. Skupro также использует тестовые интервью с HR и тимлидами направлений. Помимо этого, компания проводит воркшопы, инструкции по развитию нетворка, проводит встречи с HR компаний и рассказывает истории успешных трудоустройств.



## Помощь с оформлением портфолио и профильных соцсетей

Одно из самых популярных направлений деятельности карьерных центров — помощь с оформлением портфолио, сопроводительного письма, страниц в LinkedIn и GitHub. В рамках карьерного трека такие услуги предлагает Хекслет. Нетология также помогает правильно оформить портфолио. Яндекс Практикум в апреле провел вебинар, на котором HR-эксперты разобрали CV и портфолио junior-соискателей.



## Партнерство с работодателями

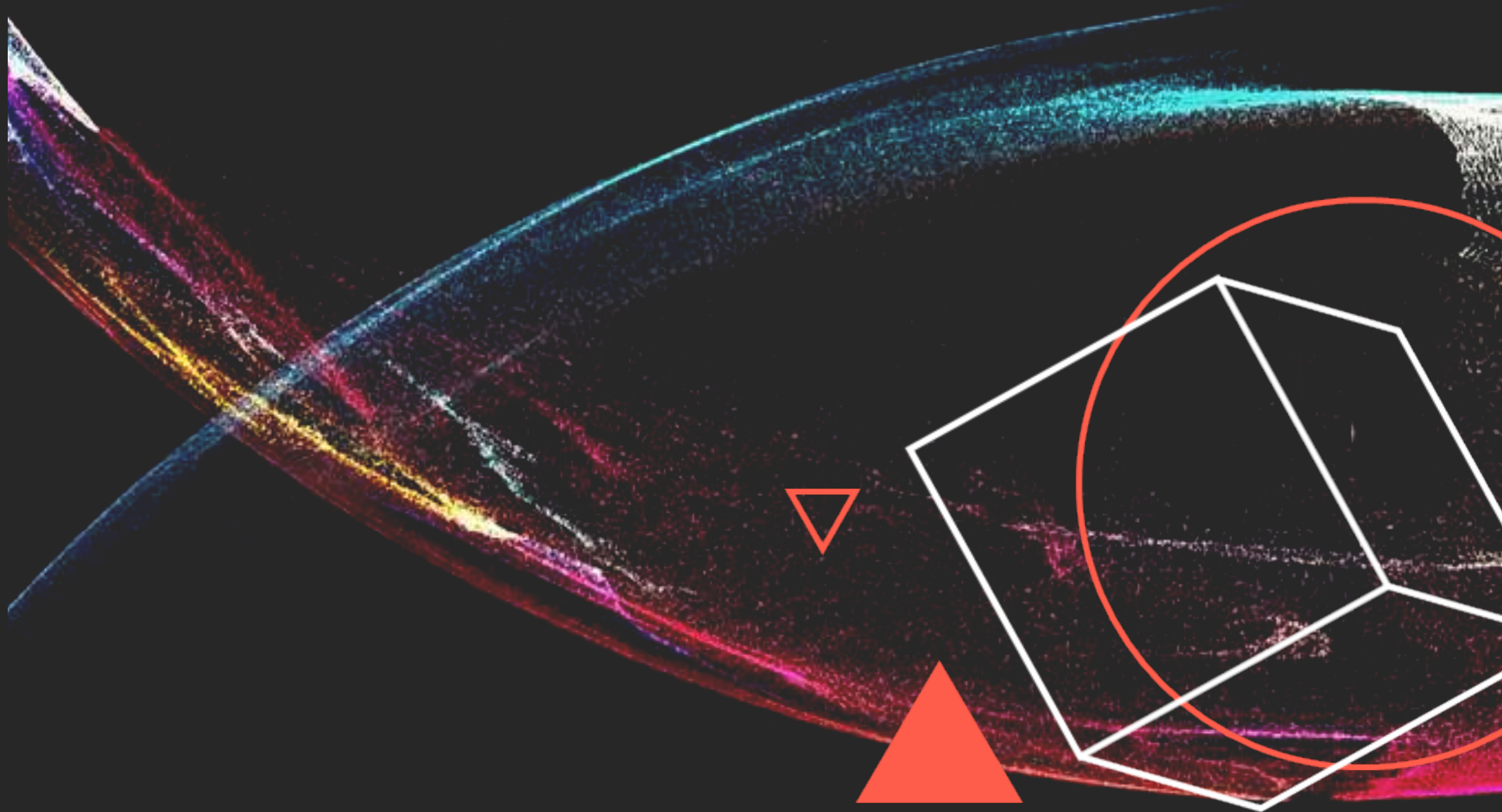
У Хекслета есть сеть партнеров, которые предоставляют выпускникам школы стажировки и рабочие места. Skillbox добавляет студентов в закрытый канал, где публикуются вакансии у компаний-партнеров. Компания гарантирует, что отправит студента на три собеседования у них. Skillfactory организует студентам стажировки в профильных компаниях. Кроме того, в компании создали платформу, на которой студенты могут работать с реальными кейсами работодателей, чтобы продемонстрировать свои навыки. Нетология также дает студентам задачи от реальных работодателей, а также организует кросс-командные проекты.



# КОНКУРЕНТНЫЙ ЛАНДШАФТ: ЗАПУСКИ КУРСОВ



10 ВЫПУСК. АПРЕЛЬ 2023



Период  
мониторинга

01

—

30

АПРЕЛЬ

## Вошедшие в мониторинг школы

Skillbox



skupro

GeekBrains



АКАДЕМИЯ АЙТИ



PRODUCTSTAR

Яндекс Практикум

Контур Школа



нетология



ЗЕРОКОДЕР



SKILLFACTORY



CONTENTED

QMARKETING ACADEMY

\* Критерии отбора школ:

- 1) За основу взят перечень топ-100 школ по объему выручки в прошлом году
- 2) Из перечня удалены школы, которые не соответствуют ДПО, нацелены на иностранные языки, корпоративное или бизнес-образование
- 3) В случае наличия содружества школ (например, SkillBox Holding или Ultimate Education) к рассмотрению были приняты все школы содружества с российского рынка, соответствующие ДПО

Skillbox

## TUMO и Skillbox — веб-дизайн

Двухмесячный курс «Старт в веб-дизайне» рассчитан на участников от 14 лет до 21 года с любым уровнем подготовки. Студенты будут применять знания для оформления соцсетей, одностраничных сайтов и выполнят учебный бизнес кейс для туристического бюро. На всех этапах их будут сопровождать кураторы.

[Старт в веб-дизайне от TUMO и Skillbox](#)

Яндекс Практикум

## Яндекс Практикум и НИУ ВШЭ — финансовый менеджер

Трехмесячный курс обучит студентов анализу финансовой отчетности, расчету прибыли и убытков, бюджетированию и построению финансовых моделей. Учащимся предстоит рассчитывать финансовые показатели и анализировать результаты. По итогам курса студенты сделают большой выпускной проект.

[Курс Яндекс Практикума и ВШЭ по финансовому менеджменту](#)



## XYZ School и Otus — тестировщик игр и Kotlin QA Engineer

Курсы школы XYZ помогут студентам узнать, что такое тестирование и какое место оно занимает в разработке, а также оценивать критичность багов и писать документацию. Они научатся разбираться в стеке на базовом уровне и использовать все виды тестирования. Новый курс по автоматизации тестирования на Kotlin запустил Otus, студенты овладеют основными системами сборки приложений и научатся создавать тестовые данные.

[Ручной тестировщик мобильных игр](#)

[Бесплатное введение в тестирование игр](#)

[Kotlin QA Engineer](#)



## Специалист им. Баумана — Управление проектами в Spider Project

Студенты курса научатся создавать модель данных проекта без учета ограничений на отечественной интегрированной системе управления проектами Spider Project, а также рассчитывать расписание проекта и готовить аналитические отчеты. Курс станет отличным подспорьем для тех, кто проходит курсы для руководителей.

[Специалист им Баумана: Управление проектами в Spider Project](#)



## Hexlet и Otus — Python для аналитиков данных и рекомендательные системы

Курсы Hexlet предназначены для тех, кто хочет изучить стандартные средства работы с данными и научиться решать аналитические задачи с помощью Python-библиотек. Студенты познакомятся с подходами к оптимизации вычислений с помощью Numpy, освоят Jupiter Notebook и библиотеку Pandas. Otus предлагает пятимесячный курс для тех, кто хочет стать тимлидом в системной аналитике и трехмесячный — для желающих научиться работать с рекомендательными системами, которые помогают анализировать данные о пользователе.

[Трек Python для аналитиков данных](#)

[Python: Pandas](#)

[Рекомендательные системы МАЙ](#)

[Системный аналитик. Team lead МАЙ](#)

## Otus — Информационная безопасность basic

Пятимесячный курс предназначен для тех, кто хочет начать работать в сфере информационной безопасности (ИБ). Он ориентирован на формирование целостной системы базовых знаний и умений в области ИБ по трем основным аспектам: правовому, организационному и техническому. Курс также предусматривает карьерную консультацию, которая поможет составить план карьерного развития.

[Информационная безопасность. Basic](#)

## Otus — Apache Kafka

Трехмесячный курс научит разворачивать сервис Kafka, позволяющий в реальном времени передавать сообщения между различными системами. Студенты будут решать рабочие задачи, разберут проблемы, с которыми чаще всего сталкиваются разработчики и инженеры данных при работе с сервисом. Ведущие курса также познакомят с работой с топиками на SQL и работе со Schema Registry.

[Otus — Apache Kafka](#)

# ИССЛЕДОВАНИЯ

## Ключевые хайлайты

- Курсы по коучингу и продажам на маркетплейсах стали самыми востребованными в 2023 году
- Незнание личных интересов стало ведущим фактором, мешающим сменить профессию
- Треть российских компаний выразили готовность обучать новичков на фоне отсутствия подходящих кадров
- Школы на GetCourse увеличили число лидов из «ВКонтакте» и Telegram
- Учителя и студенты считают, что генеративный ИИ в образовании сэкономит время и повысит вовлеченность учащихся

## Исследование PROPROFI.ONLINE: тренды рынка онлайн-образования в России

Маркетплейс курсов и честный отзывик PROPROFI.ONLINE проанализировал более трех тыс. курсов, чтобы улучшить качество образовательных продуктов и повысить уровень доверия к онлайн-образованию.

В процессе исследования аналитики PROPROFI.ONLINE отследили динамику прироста количества онлайн-школ и экспертов, выявили наиболее популярные ниши для обучения, узнали среднюю стоимость курсов и определили, как отзывы влияют на репутацию инфопродуктов.

### PROPROFI.ONLINE – маркетплейс курсов и первый честный отзывик в мире онлайн-образования.

Уникальная экосистема для онлайн-школ, экспертов и их учеников, включает:

- инновационную платежную систему
- агрегатор курсов
- отзывик с системой премодерации

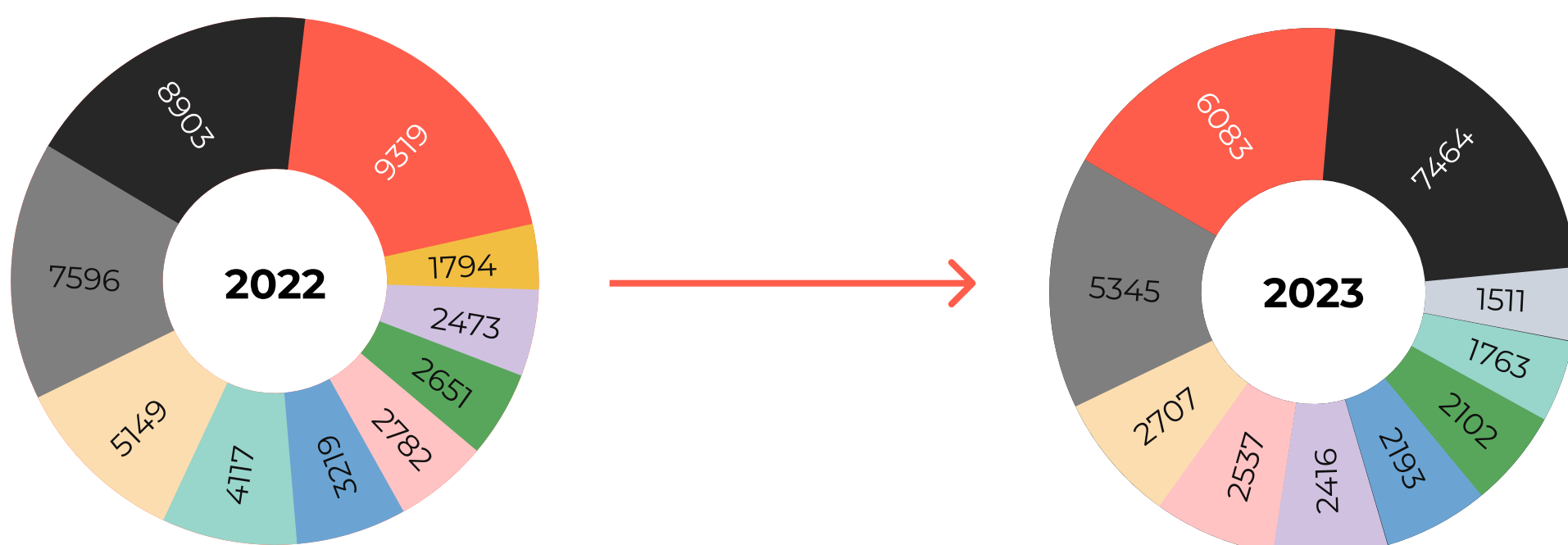
Миссия PROPROFI.ONLINE – формирование честного информационного пространства в edtech.

### Рынок онлайн-образования в России продолжит расти

За 2022 год на PROPROFI.ONLINE зарегистрировано 3 223 новых курса. 1 949 из них — продукты онлайн-школ (60,5%), а 1 274 — экспертов (39,5%). За I квартал 2023 года количество новичков составило уже 1 626 (491 школа и 1 082 эксперта), что эквивалентно полугодовой норме прошлого года. В этом году количество новых курсов вырастет по сравнению с предыдущим. Рынок онлайн-образования продолжает расти благодаря активному спросу со стороны потребителя и субсидированию данной сферы государством.

### Коучинг и маркетплейсы — самые востребованные онлайн-профессии в 2023 году

Выделить наиболее востребованные ниши в онлайн-обучении помог анализ учеников, купивших курсы. Это 61 тыс. и 46 тыс. человек в 2022 и 2023 году соответственно. В тройке лидеров в прошлом и в текущем году остаются коучинг, маркетплейсы и продажи. И если в 2022 году маркетплейсы были лидером, то по статистике первых месяцев 2023 года они уступили первенство по количеству заявок коучингу. Неизменно в топ-10 востребованных профессий входят личный рост, психология, инвестиции/криптовалюта, профориентация, таргет/SMM/маркетинг, кураторство/продюсирование онлайн-школ.



- |                     |   |   |                    |
|---------------------|---|---|--------------------|
| ■ Маркетплейсы      | ■ Личный рост   | ■ Таргет/SMM/Маркетинг                    | ■ Дизайн/Рисование |
| ■ Коучинг           | ■ Психология  | ■ Профориентация                          | ■ Ведение бизнеса  |
| ■ Обучение продажам | ■ Инвестиции/Криптовалюта /Торги/Банкротство/Арбитраж | ■ Кураторы/Эксперты/Продюсеры онлайн-школ |                    |

## Онлайн-обучение стало дороже

Средний чек на обучение вырос на 25% — ₽89 тыс. в этом году против ₽71 тыс. в прошлом. Стоит отметить, что ранее такого бурного роста не наблюдалось. С 2021 на 2022 год средняя стоимость обучения увеличилась на скромные 4–5%. Значительная инфляция связана с увеличением затрат на разработку продукта и лидогенерацию. К сожалению, для многих инфобизнесменов, одна из самых результативных соцсетей попала под запрет, в связи с чем вынужденно менялись стратегии продвижения и росли затраты на тест гипотез по привлечению трафика.

## Тренды онлайн-образования 2023:

### CPA-сети

В 2023 году сохранится тренд на продвижение через CPA-сети, так как подобный формат привлечения клиентов более выгоден для крупных игроков. Они понимают юнит-экономику всех процессов и платят за результат — клиента, купившего курс, а не за клики или показы.

### Маркетплейсы

Онлайн-школы, заинтересованные в долгосрочной работе с учениками и эффективном развитии в выбранной нише, активно идут на специализированные маркетплейсы, так как данные площадки позволяют не только увеличить количество продаж курсов, но и формировать репутацию, которая является одним из драйверов роста. С экспертами еще предстоит работать, потому что они боятся высокой конкуренции и не знают, как правильно работать с репутацией. Страх получить негативный отзыв от учеников является одним из сдерживающих факторов их развития.

### Работа с репутацией

Акцент на работу с обратной связью — важная тенденция 2023 года. Культура отзывов набирает обороты: за 2022 год PROPROFI.ONLINE собрал 3 500 отзывов, а за первые месяцы 2023 года — уже 1 900. При этом негативные отзывы составляют лишь 1% от общего количества.

#### Согласно исследованиям, чаще всего ученики жалуются на:

- нехватку поддержки от онлайн-школы
- невозможность реализовать полученные знания и устроиться на работу
- неактуальную информацию на курсе
- плохую структуру курса
- плохую организацию курса
- спикера
- работу кураторов

В этот процент входят также жалобы на мошенничество, которое встречается на рынке онлайн-образования. PROPROFI.ONLINE наладили уникальную прозрачную систему отзывов, чтобы бороться с инфоцыганством и мошенническими схемами. Это в интересах как школ/экспертов, так и учеников — честные отзывы помогают выбирать действительно качественные и эффективные курсы.



## Выводы:

Рынок онлайн-образования продолжит свой рост. Удаленный и сжатый по срокам формат обучения — это наша новая реальность. Люди больше не хотят тратить пять лет на очное обучение профессии. Они могут за несколько месяцев получить навыки, которые можно применять сразу и зарабатывать.

Согласно статистике PROPROFI.ONLINE, набирает обороты коучинг. По мнению аналитиков, это происходит потому, что на образовательном рынке появляется больше экспертов, способных дать не менее качественные знания, чем крупные онлайн-школы. При этом им не нужно содержать огромную команду сотрудников и набирать большие потоки учеников, поэтому их образовательные продукты дешевле. Крупные школы — это надежная репутация и гарантированно качественные курсы, а эксперты — это экономия средств, но и риски получить не тот эффект от обучения, на который рассчитывал ученик. Важно мониторить отзывы, чтобы ожидание и реальность совпали.

Существует проблема на рынке для учеников — постоянный рост цен на обучение. Это приводит к сокращению количества клиентов у онлайн-школ и преподавателей. Маркетплейс курсов с отзывами и рейтингом поможет школам, экспертам и коучам получать дополнительные продажи и не терять клиентов из-за роста цен на обучение. Это особенно актуально для мелких игроков, у которых нет собственного сайта или посадочной страницы, которые работают только через соцсети. На маркетплейсах действительно есть трафик, здесь уменьшается стоимость лида и повышается конверсия в продажах.

Активно идет вытеснение некачественных инфопродуктов с рынка. Компании и эксперты в ближайшее время не смогут строить эффективный бизнес, если не будут работать с репутацией, оперативно реагировать на обратную связь от учеников и неизменно повышать качество своих продуктов, опираясь на отзывы клиентов.

## 80% онлайн-школ используют Telegram в рабочих процессах

Компания [SOHO.LMS](#) совместно с телеграм-каналом [Образование](#), которое мы заслужили, сообществом [Digital Learning](#) при информационной поддержке телеграм-канала [LX notes](#) и [edtech-дайджеста Spektr](#) и [Ed.Partners](#) провела исследование пользователей платформ онлайн-образования, чтобы определить главные ценности, выделить и ранжировать основные потребности, требования и пожелания к LMS-платформам. В опросе участвовало более 100 технических специалистов, преподавателей, учеников и владельцев онлайн-школ.

По данным опроса, 75% онлайн-школ и курсов используют LMS-платформы — они стали незаменимыми инструментами в области онлайн-образования и играют важную роль в развитии образовательной отрасли в целом.

**Стабильность работы — одна из ключевых характеристик LMS-платформы**, поскольку это гарантия непрерывности и качества обучения. Сбои в работе платформы могут привести к непредсказуемым последствиям: например, студенты могут потерять доступ к материалам или пропустить важные уведомления.

**Возможность сбора и анализа данных об учениках и безопасность этих данных — на втором и третьем месте** по приоритету у опрошенных. Собираемые данные помогают онлайн-школам не только отслеживать прогресс и удовлетворенность обучением, но и адаптировать материалы и методики обучения, а это улучшает эффективность образовательного процесса. При этом крайне важна конфиденциальность данных: защита данных на LMS-платформе должна быть на высоком уровне, чтобы предотвратить утечки информации и несанкционированный доступ. Среди других важных характеристик респонденты отмечают надежность платежей, встроенную CRM (она облегчает жизнь отделу продаж), быструю и ответственную техподдержку.

### Характеристики, выбранные респондентами

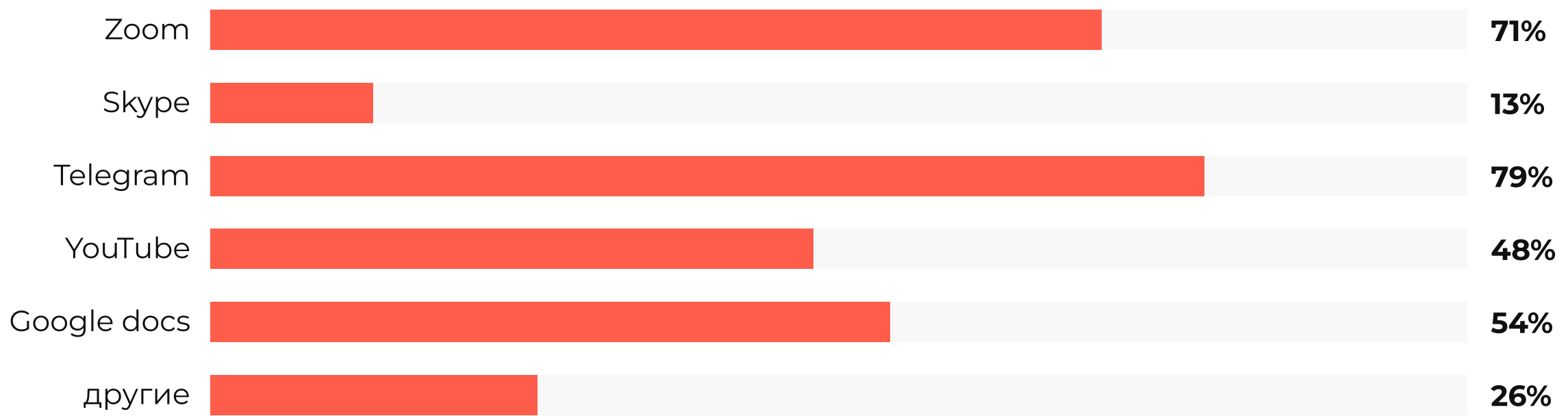


Современные LMS-платформы сильно упрощают задачу организации обучения и автоматизации процессов. Они позволяют создавать и редактировать обучающие материалы (текст, видео, аудио, интерактивные задания), а также мониторить активность и прогресс учащихся, интегрировать приложения и сервисы для улучшения процессов обучения, создавать геймификацию, лендинги, внутреннюю CRM и мобильные приложения для удобства пользователей.

**Онлайн-школы все еще прибегают к использованию привычных Google Docs, Zoom и Telegram**, несмотря на широкую функциональность LMS-платформ. Половина опрошенных продолжают параллельно использовать Google Docs для совместной работы над документами и проектами, 70% — Zoom для онлайн-встреч и вебинаров, а 80% — Telegram для коммуникации с учениками и обсуждения рабочих процессов.

Для обычных пользователей эти сервисы удобны, но у онлайн-школ есть ряд сложностей: сообщения и doc-файлы легко теряются в потоке переписок и других файлов, а оплата Zoom для российских компаний — тот еще квест.

### Какими инструментами пользуются респонденты



CEO SOHO.LMS  
**Михаил Уколов**

«С одной стороны, это привычные всем сервисы, однако намного удобнее, когда все находится в одной экосистеме, где пользователю нет нужды открывать несколько приложений, вкладок и прыгать между ними. Так можно что-то забыть или потерять. Именно поэтому на базе нашей платформы мы реализовали расширенные возможности для коммуникации внутри платформы (по конкретному ДЗ, между учеником и преподавателем, между учениками и т. п.)»

## Доходы онлайн-школ на GetCourse за год выросли на 3%

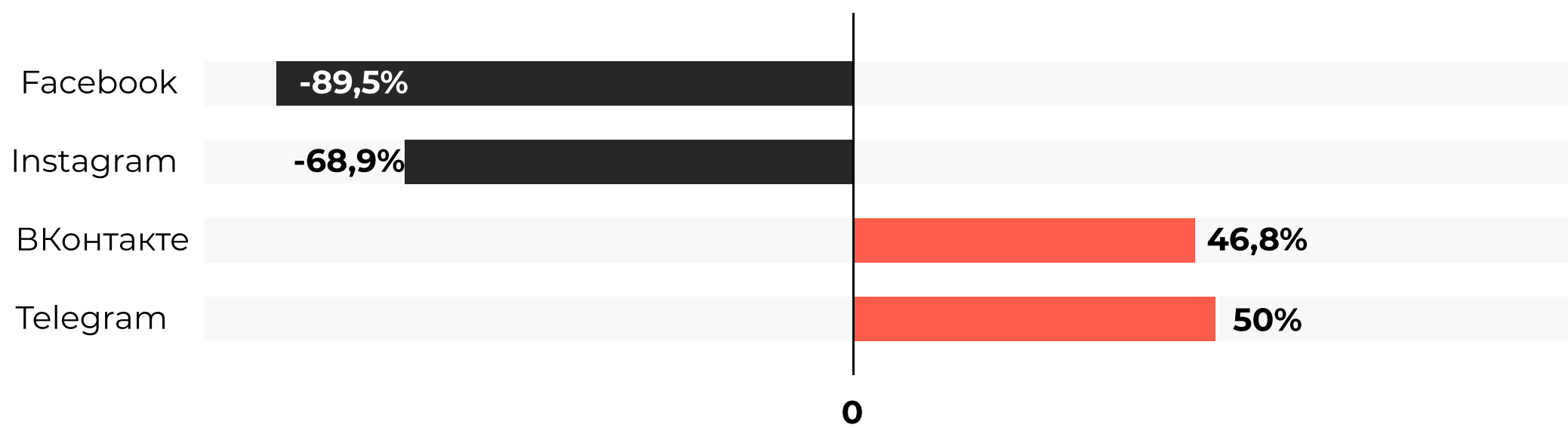


Общая выручка онлайн-школ, представленных на платформе GetCourse, за 2022 год составила ₽96,2 млрд. Самый большой рост с января был отмечен в августе, когда выручка поднялась на ₽1,3 млрд до ₽7,9 млрд.

Школы-лидеры по выручке отмечают, что спрос на обучение в текущем году продолжает расти, но клиенты стали более избирательными и требовательными.

По итогам года число заявок полученных из соцсетей группы Meta\* — Facebook\* и Instagram\* — упало на 89,5% и 68,9% соответственно. Количество лидов из «ВКонтакте» выросло на 46,8%, из Telegram — на 50%.

Динамика числа лидов из зарубежных и российских соцсетей за 2022 год

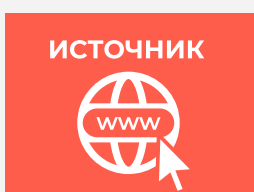


Трафик онлайн-школ упал за год: среднемесячное число клиентов GetCourse снизилось на 26% с 128,4 млн человек до 94,7 млн. Платформа прогнозирует, что доходы онлайн-школ в 2023 году вырастут на 30% до ₽120 млрд.

Доля повторных продаж на платформе за год выросла примерно на 5%.

\*запрещенные в РФ организации

## Сменить профессию россиянам мешает незнание трендов на рынке труда и отсутствие уверенности



Образовательная платформа Skillbox провела онлайн-анкетирование более тысячи респондентов на тему барьеров для изменения карьерного трека. Оказалось, что сдерживающими факторами, как правило, становятся непонимание трендов на рынке труда (20%), отсутствие знаний о личных интересах (22%), веры в собственные силы (20%) и уверенности в правильности выбора (18%).

**40% респондентов составили линейные специалисты, 8% — руководители, 7% — фрилансеры, 5% — госслужащие, 2% — предприниматели, 1% — топ-менеджеры.**

Более половины респондентов отметили значимость профориентации. 30% опрошенных проходят тесты для того, чтобы изучить себя и выявить сферы, где могут дополнительно развиваться. 21% обращается к профориентации, желая получить новую профессию, которую можно будет совмещать с текущей.

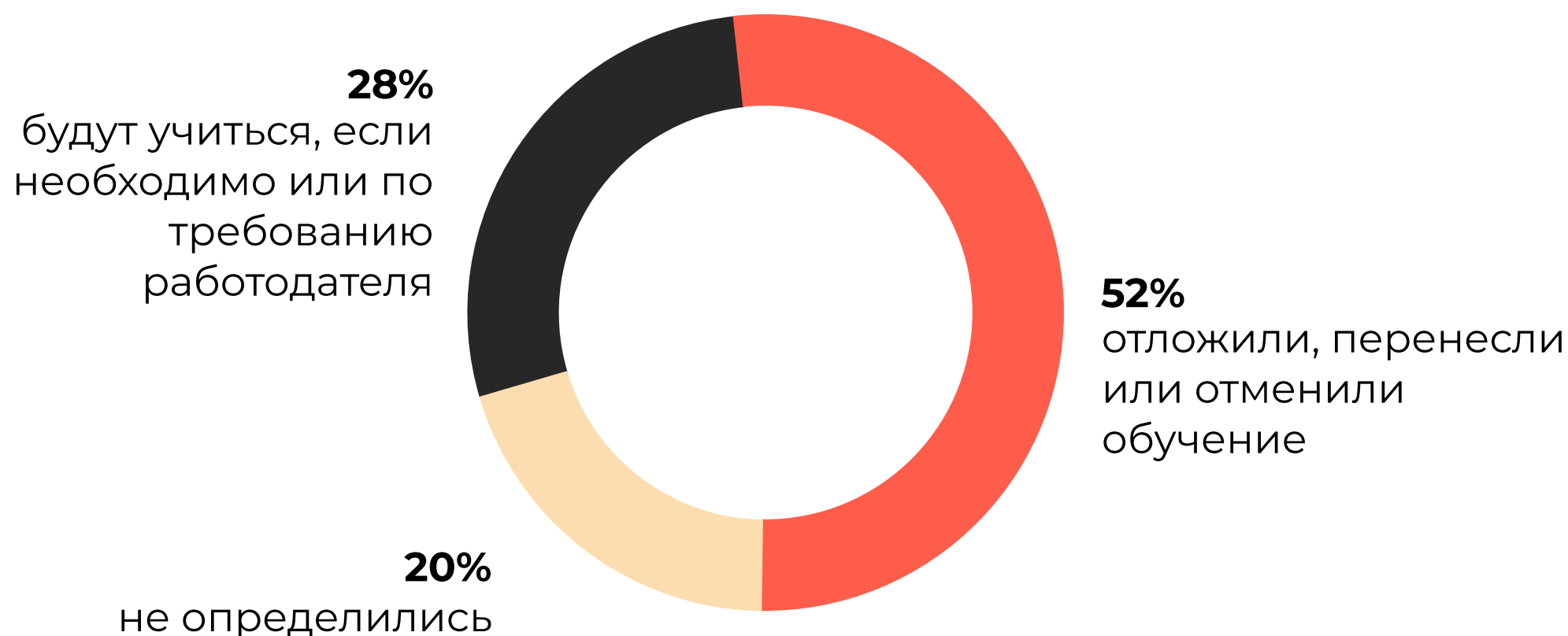
28% тех, кто уже проходил профориентационные тесты, отметили, что в рамках тестов им не хватило информации о себе и личных способностях. 10% отметили, что тесты предлагают слишком много разных вариантов, чем усложняют выбор. 9% уверены, что тесты не предоставляют полную информацию о профессии, 7% не согласились с результатами тестирования

## Опрос Calltouch: половина россиян отменила обучение в 2023 году

ИСТОЧНИК



Планы россиян на онлайн-обучение в 2023 году



По итогам прошлого года выручка топ-100 российских edtech-компаний выросла на 17,95%. В 2021 году темпы роста рынка составили 70%. По данным Calltouch, этот тренд продолжится и в 2023 году: в I квартале число обращений клиентов в образовательные учреждения за год упало на 65%.

**Число российских компаний, оказывающих образовательные услуги, растет на фоне падения спроса. В I квартале количество регистраций бизнеса в сфере образования было больше, чем ликвидаций в два раза.**






Для оценки уровня состояния отечественных компаний Calltouch совместно с банком Точка и платформой онлайн-рекрутинга hh.ru разработали «Индекс здоровья российского бизнеса». Этот показатель среди малых и средних компаний образования в 2019 году составлял в среднем 60,5 баллов, в I квартале 2023 года — 68 баллов. Их обороты за первые три месяца 2023 года за год выросли на 13,9%.

В выборку образовательных компаний попали 18 тыс. частных организаций из реестра малого и среднего предпринимательства по профилям: дошкольное, среднее общее, профессиональное, профессиональное среднее, высшее и дополнительное образование (онлайн и офлайн).

## Большая часть российских работодателей готова обучать новичков



75% российских компаний готовы обучать новых сотрудников, говорится в результатах опроса более 220 работодателей, проведенного консалтинговой компанией «Яков и партнеры». Большая часть из них — 28% — готова обучать, если на рынке нет подходящих кадров. 20% будут обучать, если затраты на эти цели ниже, чем на привлечение профессиональных кадров извне.

-  Обучение на рабочем месте
-  Компенсация оплаты обучения онлайн (заочные курсы, открытые курсы дистанционного обучения)
-  Проведение конференций и семинаров
-  Компенсация оплаты обучения в традиционных образовательных учреждениях
-  Информирование о госпрограммах обучения

При этом обучение на работе получали 61% соискателей. Более половины из них используют различные формы онлайн-обучения для повышения квалификации.

**Способы совершенствования навыков у российских соискателей**



## Учителя и студенты позитивно оценили влияние ИИ на российское образование



Большее половины российских преподавателей (51%) и студентов (77%) считают, что генеративный искусственный интеллект (ИИ) окажет позитивное влияние на индустрию образования. Об этом говорится в исследовании «Управление изменениями в образовании: генеративный ИИ», проведенного командами СберУниверситета и GeekBrains.

Исследование провели в феврале-марте 2023 году с помощью глубинных интервью и онлайн-опроса. В выборку попали около 800 представителей вузов, ссузов, организаций ДПО и школ, которые подтвердили, что знакомы с концепцией генеративного ИИ.

Так более трети преподавателей (33%), студентов и слушателей программ (35%) попробовали инструменты генеративного ИИ. При этом доля активных пользователей в этих двух группах относительно небольшая: генеративный ИИ использует 13% преподавателей и 10% студентов и слушателей. В основном респонденты находятся в статусе наблюдателей технологического прогресса.

## Возможности генеративного ИИ в сфере образования по мнению преподавателей и студентов



Участники опроса сошлись во мнении, что созданный с помощью ИИ контент может быть использован с разными целями, поэтому важно развивать навыки критического мышления. Преподаватели и студенты считают, что важно обучать основам факт-чекинга и внедрять в образовательные решения другие инструменты критического мышления.

## Выпускники школ стали чаще выбирать онлайн-курсы в качестве основного профессионального обучения

ИСТОЧНИК



Geekbrains опросила 338 тыс. пользователей своей платформы на предмет того, как они воспринимают свое обучение на курсах. 26% респондентов назвали получение новой работы своей главной целью. Еще 10% хотели бы найти подработку.

Оказалось, что среди студентов растет доля молодых людей, которые окончили школу и пришли в компанию для того, чтобы получить профессию. В 2023 году их было 16% — на 4% больше, чем в 2022 году. Также выросла доля выпускников колледжей — с 16% до 21%, и школьников — с 5% до 9%. Таким образом, молодежь без опыта работы и высшего образования составляет 46% студентов Geekbrains.

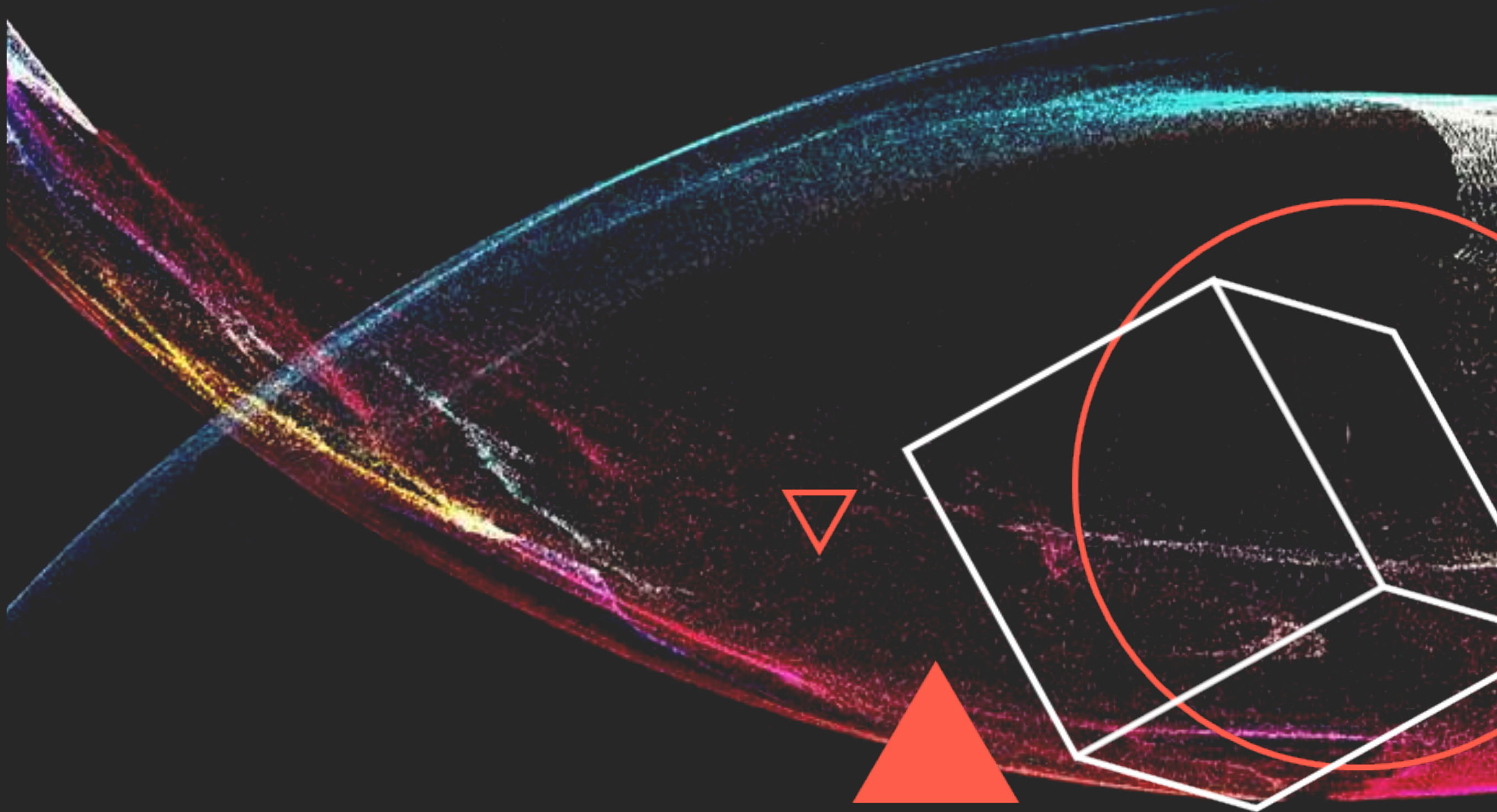
Также компания спросила студентов о том, какие профессии кажутся им наиболее предпочтительными. В IT самыми популярными оказались программист-разработчик (41%), тестировщик (24%) и системный аналитик (17%). В дизайне единственным лидером стал собственно дизайнер (27%). В маркетинге — маркетолог (23%), SMM-менеджер (21%) и специалист по настройке рекламы в интернете (18%).



# МНЕНИЯ



10 ВЫПУСК. АПРЕЛЬ 2023





# ЭКСКЛЮЗИВНОЕ ИНТЕРВЬЮ

## «Сообщество — это не просто люди, которые проходят курс». Интервью гендиректора Ultimate Education Павла Мосейкина

*В начале 2023 года со-основатель ведущей геймдев-школы XYZ School Павел Мосейкин был назначен на пост гендиректора Ultimate Education — образовательной компании, ТОП-10 рейтинга ДПО, состоящей из шести индустриальных онлайн-школ. Совокупное число студентов за все время превышает 300 тыс. человек, а общий размер сообщества — более 1 млн участников. Павел рассказал об итогах первого квартала UE, стратегии компании и особенностях формирования сообществ в edtech.*



Гендиректор  
Ultimate Education  
**Павел Мосейкин**

— Расскажите про итоги I квартала 2023 года. Какие процессы сейчас происходят в компании?

— Выручка Ultimate Education в первом квартале относительно прошлого года выросла на 64%. По итогам первого квартала мы стали лидерами по абсолютному приросту QoQ среди топ-10 игроков ДПО. Это прогнозируемый, контролируемый рост — мы быстро перестраиваем процессы и активно растем. В конце четвертого квартала 2022 года в состав Ultimate Education вошла школа Moscow Digital School. Все школы UE в первом квартале показали положительную динамику относительно предыдущего года. Проекты развиваются, команда с каждым годом становится еще опытнее и экспертнее, постоянно совершенствует образовательные методологии, внедряет новые инструменты и активно развивает индустриальные сообщества вокруг школ.

Мой фокус внимания сейчас направлен на выстраивание процессов и запуск сквозных проектов, которые также нацелены на рост общих показателей. Сейчас внутри Ultimate Education происходит много важных изменений, включая централизацию внутренних процессов. Мы активно формируем центральную систему, налаживаем процессы между командами, внедряем аналитику и стандарты отчетности, создаем единый карьерный центр, развиваем общую IT-инфраструктуру и многое другое. Основная задача централизации: объединить все проекты в одну образовательную компанию и обеспечить управляемый рост, при этом сохранив аутентичность каждой школы в рамках продукта и бренда.

— У вас все школы разные. Мешает это или помогает процессу централизации?

— Внедряя что-либо, мы сталкиваемся с разным уровнем подготовленности команд и их масштаба. У кого-то 50 человек, у кого-то 100, у кого-то 200. У кого-то ресурсов больше, у кого-то меньше. При проектном подходе и с учетом планомерного внедрения эти сложности минимизируются.

Мы работаем единой командой совместно с руководителями, коммерческими директорами, маркетологами наших школ. Мы понимаем нагрузку, говорим на одном языке и преследуем единую цель. Стратегия на уровне холдинга одна и вся команда ее понимает.

**— Когда планируете закончить процесс централизации?**

— Согласно нашей стратегии основные процессы мы завершим уже к концу этого года. Сейчас наша задача построить единую инфраструктуру, которая станет фундаментом для дальнейшего роста. Сам по себе процесс централизации трудозатратный, поэтому мы понимаем, что нам и после 2023 года предстоит многое улучшить и докручивать.

**— Какие новые тренды в отрасли вы заметили по итогам I квартала?**

— Во-первых, отмечу развитие сегмента B2B. Сегодня мы видим как смещается фокус с B2C на B2B: компании на рынке, включая нас, стали особенно активно развивать направление работы с корпоративными клиентами. Потенциал рынка еще до конца не раскрыт.

Также заметен тренд на активное сотрудничество с вузами. Сейчас в работе с ними заинтересованы не только крупные, но и нишевые образовательные компании. Мы видим, что доверие к тем компаниям, с которыми сотрудничают вузы, на рынке выше.

Третье — активное развитие деятельности образовательных проектов в странах СНГ. Там большой рынок. Под выходом в новую страну я подразумеваю, что компания имеет отдельное юрлицо, предоставляет местный эквайринг, рассрочки, кредитные продукты и ведет работу с местными IT-кластерами.

**— А как же технологии и нашумевший в последнее время генеративный ИИ? Насколько успешно в вашем холдинге используются новые инструменты?**

— Сегодня мы особенно активно ищем варианты адаптации и применения новых технологий для предоставления качественного образовательного опыта. Инструменты, которые работали два-три года назад, уже не эффективны. Поэтому мы как и другие компании на рынке сталкиваемся с необходимостью постоянно дополнять и адаптировать свои методологические и образовательные подходы.

Edtech компании, как известно, находятся на острие технологий и давно активно тестируют разные возможности их применения в процессе обучения: от технологий виртуальной реальности, онлайн-игр до чат-ботов. Так получилось и с генеративным ИИ, который уже сейчас меняет рынок образования, хоть и пока не так заметно для конечных потребителей. Российские edtech-компании уже активно используют возможности нейросетей. Например, наша онлайн-школа психологических профессий «Психодемия» создала преподавателя на базе генеративного искусственного интеллекта. Нейроника — так назвали цифрового учителя — сгенерирована, озвучена и визуализирована при помощи нейросетей. Она будет вести курс для психологов «Техники работы с последствиями травмы», где поможет психологам освоить аспекты теоретической и практической работы с последствиями травматических событий разной степени тяжести: от конфликта на работе до, например, повторяющегося насилия в семье.

Преподаватели уже активно применяют нейронные сети для создания материалов, SMM — для обработки текстов и создания графических материалов. Команда также задумывается, каким образом использовать технологии, чтобы оптимизировать работу, включая проверку домашних заданий, тестов, помощи преподавателям в подборе кейсов, упрощения навигации для студентов.

Однако важно отметить, что нейросеть пока часто дает довольно общие описания, не всегда может придерживаться плана курса, повторяется и периодически допускает ошибки. Поэтому использование генеративного ИИ не исключает участие экспертов. Технологии помогают привлечь внимание и интерес аудитории. Также они упрощают и ускоряют работу. Но не стоит использовать технологии ради технологий. Либо они реально решают задачу, либо нет.

**— Вы рассказывали, что один из главных факторов роста компании — community-based модель. Как она устроена? Каким образом вы развиваете и поддерживаете сообщества вокруг образовательных продуктов?**

— Да, мы продолжаем активно развивать сообщества в своих индустриях: геймдев, дизайн, маркетинг, юриспруденция, fashion, психология. Общее количество участников сообщества школ Ultimate Education уже насчитывает свыше 1 млн.

Мы считаем что комьюнити – это одна из важных составляющих успеха при обучении – студентам и выпускникам важно ощущать себя среди людей со схожими интересами и быть рядом с экспертами. Поэтому для нас сообщество — это не только студенты, которые проходят курс и попадают в чаты с преподавателем. Это намного больше и включает в себя открытые серверы, дискорд-каналы, наши отраслевые медиа, возможность взаимодействия с HR, компаниями-работодателями, студентами, выпускниками, экспертами и партнерами.

Люди в сообществе активно делятся новостями, резюме, находят работу, делают общие кейсы, участвуют в совместных медиапроектах. В комьюнити содержится очень много экспертизы. Это дает основу роста для школы, медийной составляющей и партнерств.

**— Каким образом будет организован университет ДПО, который вы задумали?**

— Пока рано раскрывать подробности. Скажу лишь, что наша задача: сформировать онлайн-университет ДПО, каждый факультет которого будет представлен самостоятельным брендом. И мы уже активно развиваемся в этом направлении.

**— Вы — создатель крупнейшей российской образовательной компании в геймдеве. В прошлом дайджесте мы рассказывали о тренде роста спроса на образование в сфере геймдева. Подтверждают ли итоги первого квартала тренд?**

— Да, спрос на образование в сфере геймдева сохраняется. XYZ продолжает показывать рост и важными факторами, обеспечивающими высокие показатели школы, являются продуктовый подход и крупнейшее геймдев-сообщество, которое мы формировали на протяжении нескольких лет. Сегодня сообщество XYZ School насчитывает свыше 560 тыс. участников – его участниками являются студенты, выпускники курсов, эксперты школы и работодатели.

Кроме того, в 2022 году мы особенно активно занимались переработкой и дополнением уже существующих программ, а также усилением всех процессов, включая то, как студент попадает в образовательную среду и его сопровождение в процессе обучения. В конце года запустили большой спецпроект совместно с hh.ru – реалити-шоу, в рамках которого герои осваивают геймдев-профессию и в итоге найдут работу в индустрии.

Прямо сейчас мы также активно участвуем в активностях рабочих групп по игровой индустрии Российской ассоциации электронных коммуникаций (РАЭК) и АНО «Цифровая экономика». Для нас важно быть в диалоге с другими игроками рынка, делиться своей экспертизой и данными, участвовать в разработке полезных инициатив для развития отрасли.

# ЭКСКЛЮЗИВНОЕ ИНТЕРВЬЮ

## СМО Яндекс Практикума о том, как изменился спрос на обучение маркетингу и менеджменту

*Обучение маркетингу и менеджменту в Яндекс Практикуме, как и на всем рынке, просело в первой половине 2022 года, но быстро восстановилось и перешло в рост. Сегодня компания запускает новые курсы и развивает новые форматы. СМО компании Ирина Семеновна рассказала о потребительских трендах в обучении маркетингу и менеджменту, которые наблюдают в компании, и о том, как на них реагирует сервис.*



СМО Яндекс  
Практикума  
**Ирина Семеновна**

**— За последний год некоторые edtech-компании зафиксировали падение спроса на обучение менеджменту и маркетингу, и рост спроса на IT. Заметили ли вы такое?**

Да, начало 2022 года сильнее всего повлияло на эти направления, особенно на маркетинг, так как половина ключевых маркетинговых инструментов стала неактуальна для рынка РФ. Нужно было быстро переадаптировать программы обучения. Аудитория, которая планировала получать знания в этих направлениях, также сократилась из-за непонимания перспектив. Но к середине года ситуация исправилась, мы изменили некоторые профессии, начали запускать новые и к концу года вышли с ростом по обучающим курсам маркетинга и менеджмента. Если сравнивать первое полугодие со вторым, то маркетинг вырос в объеме в два раза, менеджмент — в 1,2.

Яндекс Практикум изначально запускался с профессиями в программировании, потом — в анализе данных. Линейки маркетинга и менеджмента у нас были не очень большими, соответственно, их доля в общих продажах тоже. Поэтому временное падение не так сильно на нас отразилось.

**— Как менялся спрос на курсы по маркетингу и менеджменту за последний год? В какую сторону он движется в 2023 году?**

По нашим данным мы видим, что спрос на курсы по маркетингу сильнее всего упал в марте-апреле и после этого начал обратно расти. На начало 2023 года он вернулся примерно на уровень января 2022 года. Также мы наблюдаем корреляцию спроса в целом с интересом к обучению новым цифровым профессиям, а этот интерес сейчас где-то совсем не растет YoY, где-то падает. При этом опять же за счет более низкой базы мы растем, запуская новые продукты в линейке маркетинга, например, курс по работе с маркетплейсами (эта тема продолжает быть актуальной у аудитории).

У спроса на продукты направления менеджмента чуть больше волатильности, рост наблюдался во второй половине года, снизился в конце и сейчас обратно увеличивается. Однако и здесь мы также растем в объемах за счет запусков новых продуктов.

Очень хорошо себя показывают продукты по продакт-менеджменту, так как тематика остается и востребованной, и актуальной (мы недавно делали большое исследование совместно с ProductSense про это).

**— Как за последний год структурно изменилась аудитория курсов по менеджменту и маркетингу? Возможно, был прирост или отток каких-то определенных половозрастных или территориальных групп, к примеру вы смогли привлечь больше молодежи из регионов?**

В начале прошлого года были явные пики в возрастном портрете аудитории — 30 и 35 лет. Сейчас по возрасту портрет более размыт, и основная аудитория — 27-37 лет. Но средний возраст и медиана возраста не изменилась. По географии основное большинство (более 60%) — это Москва и Санкт-Петербург. В начале прошлого года процент составлял 65%, с августа по апрель 2023 года — 61%. В начале прошлого года порядка 30% учащихся были из регионов и городов России. С августа по апрель 2023 года таких учащихся стало 32%. Студентов из других стран было не более 5%, за последние полгода их число увеличилось до 6,5%. В целом можно сказать, что социальная и географическая картина не особо изменилась. Стало чуть больше людей из регионов и других стран, но в больших показателях это не выражается.

**— Как поменялись настроения и боли потребителей?**

На курсы по рескиллингу аудитория все так же приходит с целью изменить профессию, найти другую работу. Этот запрос по-прежнему лидирует. Самым важным в обучении считают практику, применимую в жизни. Здесь команда продукта продолжает работать над тем, чтобы в процессе обучения студент погружался в рабочую среду и получал практические знания — мы обновляем кейсы и добавляем практические задания. За апскиллингом аудитория приходит с целью получения практических навыков, которые помогут лучше и быстрее справляться с текущими задачами. Этот параметр не изменился, но за последние полгода наши курсы стали чаще приобретать люди, которые хотят развивать собственные проекты/бизнесы.

**— Как вы меняете свои офферы, рекламные нарративы и контент в соответствии с этими изменениями?**

В своих коммуникациях мы продолжаем делать упор на практику и создавать полезный контент, который не просто привлечет пользователя, но поможет ему понять, нужно ли ему обучаться навыку или подходит ли ему именно эта профессия. Навигация в обучении продолжает быть актуальной, и тут наша задача — помочь пользователю как в маркетинговых коммуникациях, так и внутри самого продукта. Например, на курсе «Продакт-менеджер» есть тест на оценку своих навыков, чтобы студенту было проще понять, на что именно стоит делать упор в обучении.

**— Какие именно специальности Яндекс Практикума из маркетинга и менеджмента сейчас наиболее востребованные? Изменился ли рейтинг лидеров за последний год? Если да, то почему на ваш взгляд произошли эти изменения?**

Здесь по-прежнему остаются флагманами профессии по интернет-маркетингу и проджект-менеджменту, а также стали востребованы недавно запущенные у нас профессии по продакт-менеджменту и управлению маркетплейсами. Запуская эти программы, мы анализировали специфику этих профессий на текущий момент, какие есть требования к профилям специалистов, какие навыки актуальны, и постарались дать рынку не просто еще одну программу по этим темам, а с упором на то, что действительно необходимо.

Сферы маркетинга и менеджмента, может, чуть менее связаны с рынком трудоустройства, так как в такие продукты идет учиться заметный процент предпринимателей, которым не нужно потом искать работу, специалистов, которые дальше смогут работать в фриланс-формате, и которые уже в профессии и получают дополнительные знания с помощью курсов. Поэтому каких-то глобальных изменений здесь нет, есть стабильный спрос к инструментам и навыкам, которые по-прежнему актуальны. И также есть запрос на появление новых инструментов, но тут мы завязаны на то, чтобы они в целом появились на рынке, чтобы начать им обучать.

**— Какие пока еще слаборазвитые, но перспективные ниши обучения маркетингу и менеджменту вы видите на российском рынке? Возможно, что-то связанное с генеративным контентом и управлением ИИ-продуктами? Собирается ли Практикум их развивать?**

В линейке маркетинга мы рассматриваем варианты запуска профессии «Копирайтер» с использованием ИИ, также в имеющиеся курсы будем встраивать обучение работе с инструментами ИИ, если они получат широкое распространение. Сейчас наши программы и так очень насыщенные, учить тому, что не распространено широко, пока рано. Про новое/перспективное для тех, кому интересно: мы делаем вебинары внутри программ курсов, но как дополнительную часть. Кажется, что пока на сферы маркетинга и менеджмента новые технологии будут влиять опосредованно и нужно время для их популяризации и широкой применимости.

## Как зарабатывать на онлайн-образовании. Советы операционного директора Bang Bang Education

ИСТОЧНИК



Операционный директор Bang Bang Education  
**Владимир Сеницын**

Онлайн-образование в России в последнее время получило репутацию отрасли с быстрым заработком. Проекты зачастую уделяют внимание форме, а не содержанию: работают с упаковкой бренда, но плохо прорабатывают курсы. С таким подходом можно получить несколько продаж, но создать стабильный бизнес и собрать постоянную аудиторию — вряд ли.

Как избежать основных ошибок и создать школу, которая будет приносить пользу своим ученикам рассказывает операционный директор Bang Bang Education Владимир Сеницын.

### **Больше работать над содержанием курсов и не ждать быстрого успеха**

Отрасль онлайн-образования начала активно развиваться во время пандемии коронавируса — аудитория вынужденно обратила внимание на этот формат на фоне ограничений. Если в 2020 году курсы часто покупали непроизвольно, то в 2022 и 2023 годах клиент больше не готов делать быстрые покупки. Потенциальная аудитория онлайн-школ снизила число эмоциональных покупок и сместила вектор в сторону осмысленного выбора образования.

### **Ориентироваться на долгий коммуникационный маркетинг**

Сейчас уже не работает классический маркетинг с быстрой генерацией лидов. Условно: не получится просто закупить трафика и продать курс через лендинг и контекстную рекламу.

Нужно использовать маркетинговые подходы сложнее — работать над частыми контактами с потенциальными клиентами, над поисковым продвижением, генерировать медиаконтент, работать над пиаром. В общем, выстраивать репутацию экспертов и профессионалов, показывать свои компетенции, формировать комьюнити, которое доверяет.

#### Важно изучить, кто сейчас востребован и кто будет нужен в будущем

При составлении программы курса как минимум учитывать требования, которые предъявляют на рынке к соискателям. Если программы компании ориентированы на смену профессии, то нужно понимать, что компаниям как правило нужны специалисты среднего уровня. В случае если школа будет готовить только джуниор-выпускников, вряд ли ее студенты будут быстро устраиваться на первую работу. Соответственно, если бизнес хочет быть востребованным, придется перерабатывать содержание курса, усиливать его так, чтобы выпускник подошел нанимателям.

Необходимо также прогнозировать будущие потребности компаний. Следует общаться с экспертами, владельцами компаний, руководителями, топ-специалистами.

#### Следовать за трендами, но избегать хайпа

Сделать полезный курс или программу можно, только если внимательно следить за трендами в индустрии и следовать им. Например, в дизайне сейчас компаниям нужны интуитивно понятные интерфейсы и процессы. Нужны люди, которые сделают продукты доступными, все больше внимания уделяется инклюзивности.

Важно отличать тренды от хайпа, информационного шума, о котором забудут уже через несколько дней, недель или месяцев. Например, я не раз слышал опасения, что нейросети поставят крест на дизайнерах. Только дизайн — это не создание красивой картинки. Это в том числе решение нестандартной, креативной задачи. Поэтому нейросети здесь будут скорее партнером, который экономит время для реализации творческих задач.

## Как будет развиваться российский сегмент ДПО в 2023 году

ИСТОЧНИК



Основными тенденциями, определяющими развитие дополнительного профессионального образования в России, стали интенсивные программы с трудоустройством, коучинг, наставничество и персонализация обучения. Российские edtech-игроки рассказали о том, какие курсы пользуются наибольшим спросом и как будет развиваться сегмент ДПО в перспективе 2023 года.

#### Основной запрос — на короткие программы с трудоустройством

Наибольшим спросом в 2023 году среди студентов будут пользоваться короткие образовательные курсы, позволяющие получить работу в течение 4-6 месяцев. Основная причина — сужение горизонта планирования и перераспределение доходов россиян. По данным Skillbox, 66% студентов приходят, чтобы сменить работу, в Elbrus Bootcamp этот показатель выше — 79%.



Директор по стратегическому маркетингу  
школы IT-профессиям SkillFactory

**Никита Старун**

«На первый план в образовании сейчас также выходит релевантность курсов текущим запросам рынка, поэтому перед edtech-компаниями стоит задача уже в процессе обучения погружать студентов в индустрию, давать возможность получать практический опыт, решать реальные бизнес-кейсы»

### Интерес к прикладным программам вырастет

В прошлом году рост спроса на IT-обучение в России составил от 30% до 50% по сравнению с годом ранее. IT-сфера сейчас может быть гарантией трудоустройства с хорошей зарплатой на фоне сокращений и уходов компаний из России, считает руководитель и основатель школы программирования Elbrus Bootcamp Георгий Бабаян.

Наиболее востребованными IT-курсами остаются программирование и цифровой дизайн. Чаще всего трудоустраиваются студенты курсов по 1С-разработке, графическому дизайну, дата-аналитике, копирайтингу и веб-дизайну, отметил сооснователь и директор по развитию бизнеса Skillbox Сергей Попков.

### Экспертов и менторов станет больше

Одной из тенденций ДПО в 2023 году станет рост микропредпринимательства, считает Бабаян. Взрослая аудитория предпочитает экспертов, которые активно развивают свое комьюнити и личный бренд на фоне обезличенной коммуникации крупных онлайн-школ.



Руководитель и основатель школы  
программирования Elbrus Bootcamp

**Георгий Бабаян**

«Причем часто средний чек курсов или менторства у таких экспертов может быть сопоставим с покупкой годового курса в онлайн-школе»

### M&A-активность вырастет

В консалтинговом агентстве McKinsey считают, что многие мировые edtech-компании будут прибегать к слияниям и поглощениям из-за высоких затрат на привлечение клиентов. CEO «Нетологии» Марианна Снигирева разделяет эту позицию: «Небольшие школы, скорее всего, будут закрываться, продаваться или уходить за рубеж: им в первую очередь не будет хватать маркетингового бюджета и возможностей для роста».

### Микрообучение дополнит каталоги курсов

Концепция lifelong learning становится все более популярной — микрообучение станет одним из edtech-трендов в 2023 году. Такие уроки как правило состоят из блоков с небольшими тестами, короткими видео и играми. Они занимают не более 10 минут и в четыре раза чаще вовлекают студентов.



# Владимир Баяндин, Skupro — о нерентабельности большинства курсов и «взрослении» клиента



Исполнительный директор Skupro  
**Владимир Баяндин**

Skupro — онлайн-университет рентабельного образования группы Skyeng. По версии журнала Forbes, компания входит в топ-30 самых дорогих компаний Рунета. С момента основания обучения в Skupro прошли 10 тыс. студентов, а до 2030 года компания хочет улучшить качество жизни 1 млн человек. Исполнительный директор онлайн-университета Владимир Баяндин рассказывает о сложностях конкуренции на рынке ДПО и планах компании на будущее.

### Skupro вырос в три раза за два года

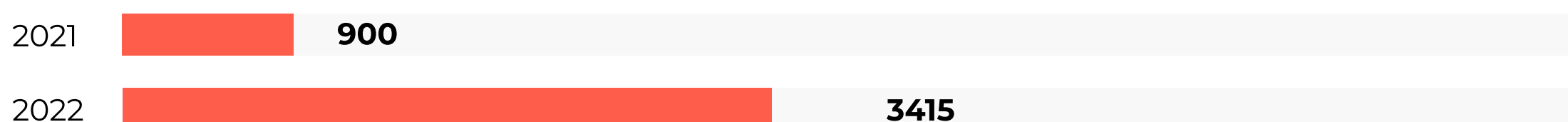
Больше половины продаж у компании происходит в рассрочку, так как средняя стоимость курса — выше ₽100 тыс. К концу 2022 года Skupro вышла на объем продаж примерно ₽100 млн в месяц. Это в три раза выше, чем в 2021 году.

Во втором квартале Skupro показала просадку по выручке из-за проблем в банковском секторе и роста ключевой ставки (в феврале регулятор повысил ее до исторических 20%). Следующая просадка пришлась на сентябрь.

### Проблема большинства онлайн-курсов — в нерентабельности

Рынок дополнительного профессионального образования растет быстро за счет большого числа клиентов — потенциальных студентов, которые хотят поменять работу и увеличить свой доход. Проблема в том, что большая часть образовательных продуктов нерентабельна для пользователя. Школы взимают с учащихся высокий авансовый платеж, обещают трудоустройство, но в результате студенты не находят работу.

Число студентов SkyPro за четвертый квартал



Например, число курсов по обучению гейм-дизайну и разработке игр за последние два-три года заметно выросло. При этом каждый месяц в России появляется до 300 вакансий.

### Продукт становится основным инструментом конкуренции

Клиент онлайн-курсов сейчас становится взрослее и осознаннее, тем самым обращая больше внимания на продукт, чем на маркетинговую составляющую. Таким образом, борьба за пользователя переходит из маркетинговой плоскости в продуктовую. Компании со слабым продуктом в ближайшие пять лет испытают огромные сложности.

### Рынок ДПО будет расти

Этот прогноз базируется на том, что значительная часть (около 70%) экономически активного населения России задумывается о смене работы. Ситуация прошлого года заставила потребителей онлайн-курсов сместить фокус на скорость и качество трудоустройства. Рынок онлайн-школ ответил на эту потребность, запустив ускоренные программы и ускоренное трудоустройство.

# КЕЙСЫ

## Ключевые хайлайты

- Нетология подвела итоги масштабной рекламной кампании в регионах
- WINbd рассказала, как создала пять новых курсов и нашла работу 75% студентов

## Как Нетология увеличила узнаваемость в регионах в 10 раз



С января по ноябрь 2022 года образовательная платформа Нетология провела в 16 регионах России рекламную кампанию «Не то, что ты знаешь об обучении», используя широкий список каналов. Ее задачей было вывести компанию в лидеры рынка по знанию бренда и выбора пользователей — ранее знание бренда Нетологии в регионах составляло 2-5%.

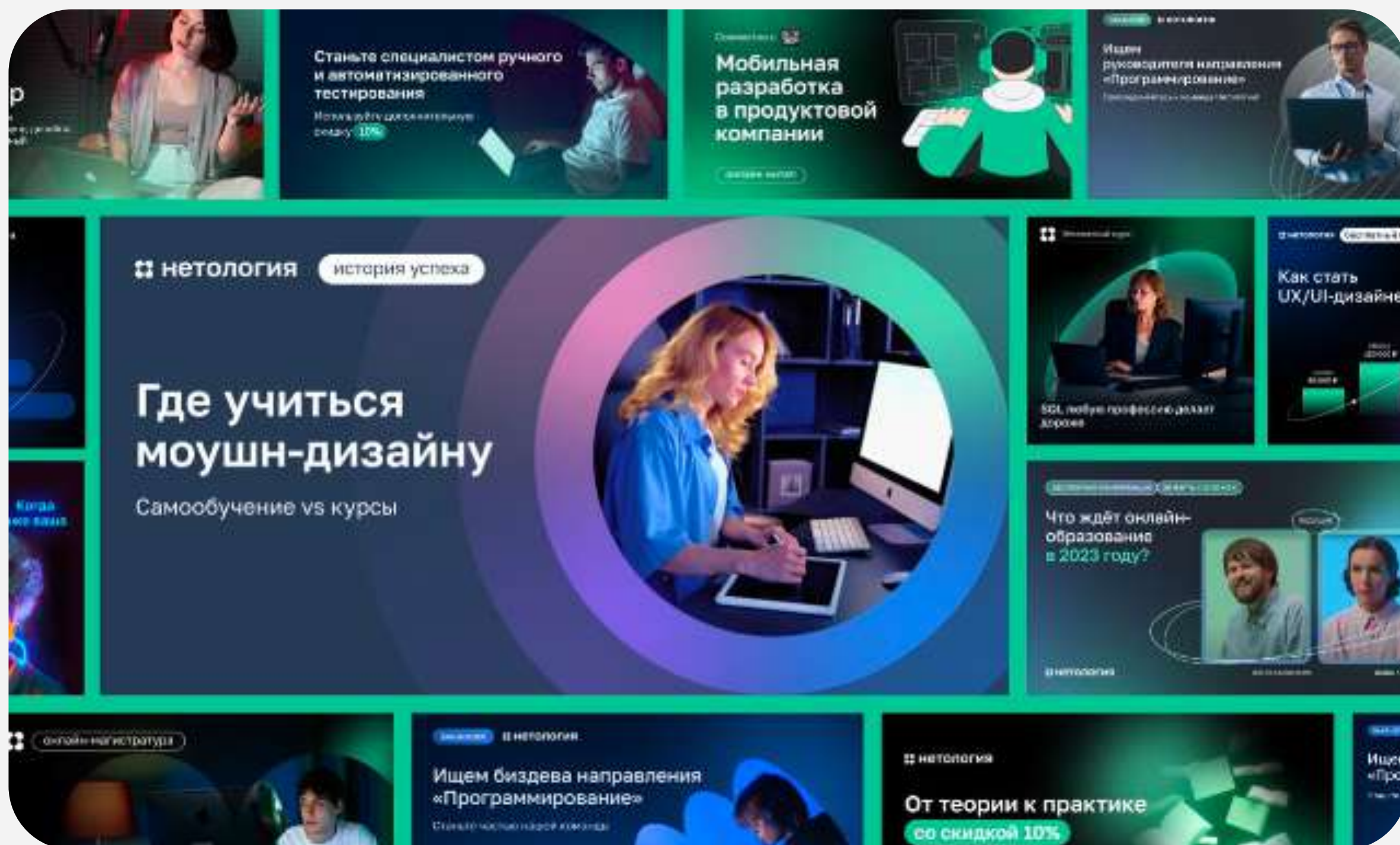
### Рассказали об образовании как о драйве и росте

До проведения рекламной кампании пользователи Нетологии не рассматривали онлайн-обучение как способ получения новой профессии в IT или развития навыков и также сталкивались с большим числом страхов и барьеров. Для этого онлайн-университет решил подать феномен образования не как скучное прохождение курса и выполнение «домашек», а как увлекательный рост и драйв.

Нетология сняла рекламный ролик, в котором снялись герои разных возрастов, специальностей и социальных ролей. Его задача — показать разрушение стереотипов и клише об образовании и карьере. В нем было важно показать, что в отрасли образования есть место эмоциям, нестандартным подходам и креативу.

### Запустились в разных маркетинговых каналах

Рекламную кампанию «Не то, что ты знаешь об обучении» разработали под девять каналов маркетинга. Речь идет о ТВ-кампании в 16 ключевых регионах, запуске диджитал-баннеров на сайтах онлайн-кинотеатров и hh.ru, influence-маркетинге, наружной рекламе, ретаргетинге и конкурсах в соцсетях, аудио-рекламе в «Яндекс Музыка» и brandformance на сервисах «Яндекса» и в YouTube. Также компания запустила лимитированную коллекцию тематического мерча.



Шесть историй студентов соотносились с главным слоганом рекламной компании

Вместе с этим Нетология запустила спецпроект для студентов, которые отучились в онлайн-университете и рассказали о том, как новые знания повлияли на их карьеру и помогли достичь целей. Этот проект команда подала как мультимедийное комбо с мини-подкастками, текстом, видео и картинками..

## Что это дало

Нетология закрепилась в топ-3 отрасли по уровню знания бренда и повысила собственную узнаваемость в регионах на 24%. Количество посещений сайта составило 1,6 млн, охваты у блогеров — 113 млн. Число брендовых запросов выросло на 82%, ROMI (коэффициент возврата маркетинговых инвестиций) в КМС Яндекс достиг 167%.

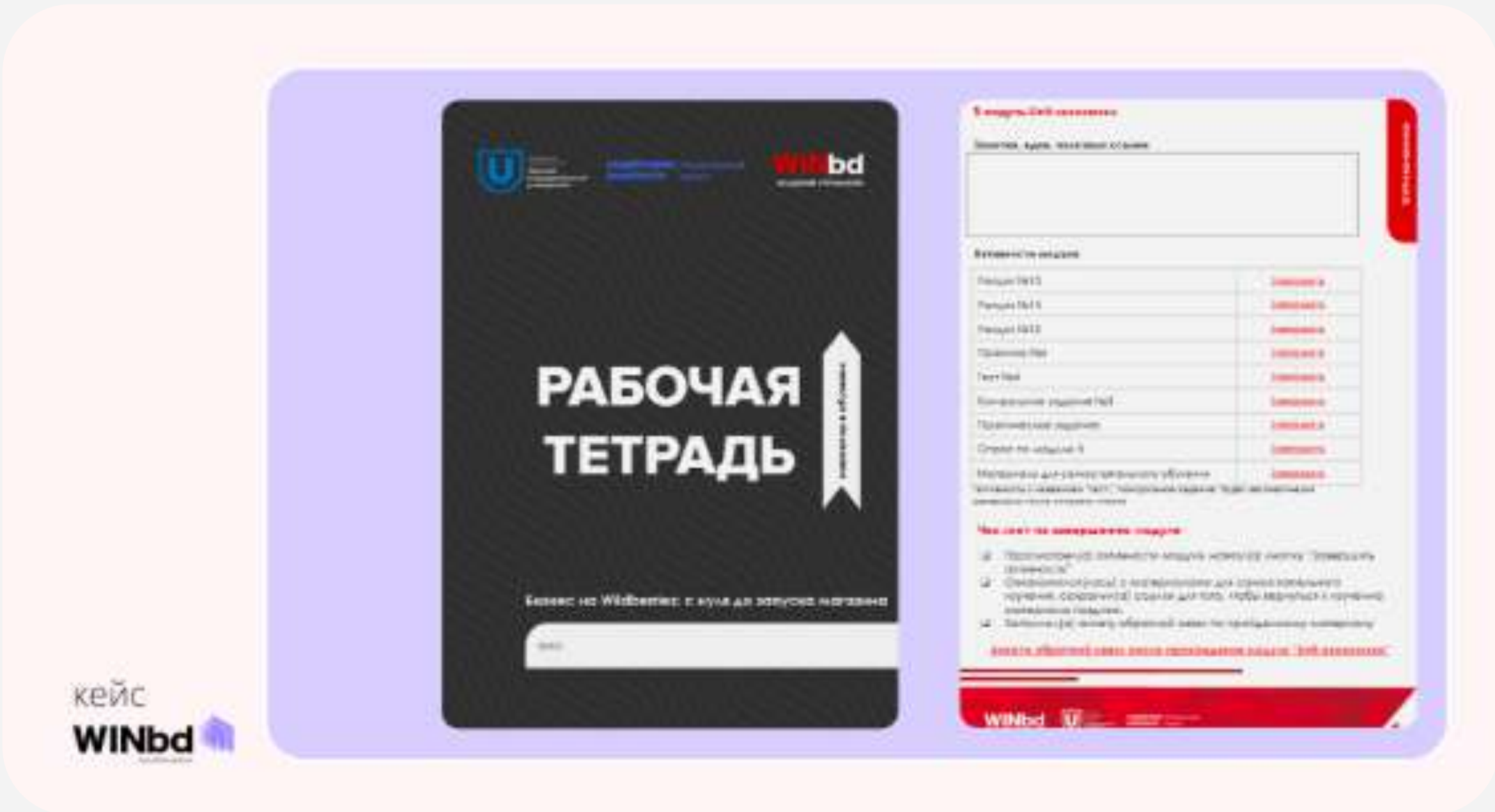
## Онлайн-школа WINbd удержала и трудоустроила 75% слушателей курсов

ИСТОЧНИК



Образовательно-консалтинговая компания WINbd вместе с Томским государственным университетом создала пять новых онлайн-курсов и поставила себе задачу трудоустроить не менее 75% от всех выпускников. Четыре курса — из сферы IT, один — про бизнес на маркетплейсе. Программы создали с нуля, начиная от идеи до поиска площадок для стажировки.

Чтобы помочь учащимся придерживаться своих планов и не забывать об учебных задачах, школа разработала электронную рабочую тетрадь. В нее внесли гайды о том, как подготовиться к онлайн-обучению, где искать ответы, кураторов и что ждет на следующей лекции.



В рабочую тетрадь также внесли чек-листы по каждому модулю и анкету для обратной связи

## Самостоятельное изучение лекций

WINbd построила курс в формате перевернутого класса, который подразумевает, что студенты все лекции изучают самостоятельно. Преподаватели помогают выполнить практические задания, обсуждают и проверяют домашние задания. Этот формат обучения сэкономил школе время и ресурсы экспертов — им не приходилось заново рассказывать одну и ту же тему перед новым потоком.

Студенты в свою очередь могли смотреть лекции в любое время в комфортном режиме. В середине курса школа ввела дополнительные встречи с участниками, на которых они рассказывали о достигнутом и обсуждали ближайшие планы.

## Запуск предобучения

За две недели до начала основной программы WINbd открыла блок предобучения, куда включили материалы для знакомства с основной программой, уроки для погружения в профессию, а также инструкции по работе с Zoom, Google, документами, таблицами и рабочей тетрадью. Это помогло «подтянуть» всех слушателей на один уровень и заранее ответить на вопрос о целесообразности курсов.

До начала обучения компания познакомила менторов с участниками в онлайн-чатах, что помогло замотивировать слушателей в поиске работы и сформировать доверительные отношения. Блок предобучения помог удержать тех клиентов, которые не хотели продолжать обучение.

После запуска курсов работу со слушателями программы «Бизнес на Wildberries» разделили на две категории — на отличников и двоечников. Это дало возможность сфокусировать каждого куратора на одной категории и одном алгоритме работы. Двоечников стали объединять в пары, чтобы им было проще выполнить домашние задания.

## Реальные задачи и стажировки для студентов

Упражнения в блоке практической работы WINbd подобрала на основе реальных задач, которые должны выполнять специалисты. Для помощи студентам в поиске работы, школа проводила карьерные консультации, запускала вебинары с презентациями кейсов экспертов и онлайн-трансляции, на которых выступали реальные выпускники. Чтобы повысить процент трудоустроенных слушателей, WINbd с помощью компаний-партнеров и экспертов запустила три программы стажировок.

По итогам курсов средняя оценка удовлетворенности участников по всем программам составила 9,4 балла из 10. На курсы приходили студенты из самых разных городов России: от Калининграда до Владивостока. Работу нашли более 75% выпускников.

# РОССИЙСКИЕ НОВОСТИ

## Ключевые хайлайты

- Яндекс Практикум запустил второй продукт для корпоративного образования
- I квартал 2023 года принес российским edtech-компаниям на 23% больше выручки. Самый высокий рост — в детском образовании
- Девять топовых инфобизнесменов заработали за год ₽4,3 млрд. В основном, за счет Reels и постов-каруселей

## Яндекс Практикум запустил B2B-платформу для обучения сотрудников цифровым навыкам

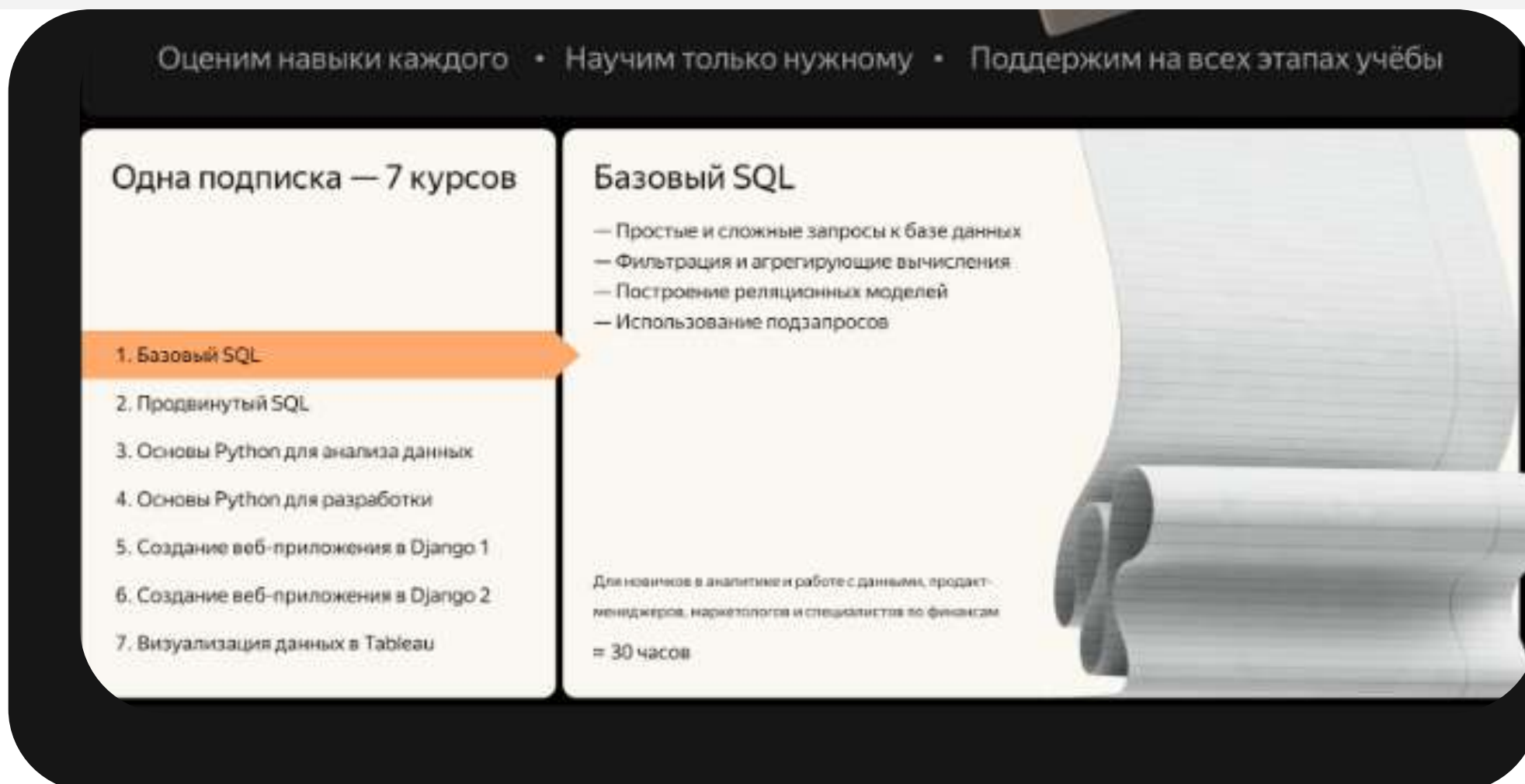
ИСТОЧНИК



Новая платформа «Грейд» позволит бизнесу быстро и эффективно обучать сотрудников навыкам программирования, анализа данных, цифрового маркетинга и других IT-направлений. В Яндекс Практикуме ожидают, что к концу 2024 года она займет до 15% всего оборота компании.

Сервис работает по подписке, которая даёт доступ к постоянно пополняемой библиотеке коротких курсов. Пока их всего семь — в том числе «Основы Python для анализа данных», «Создание веб-приложений с помощью Django» и «SQL для работы с данными и аналитики».

К концу 2023 года их количество вырастет до 100.



Курсы «Грейда» рассчитаны на 20-30 часов и состоят из модулей

Подключиться к платформе можно, оставив заявку. С компанией свяжется менеджер и после оплаты пришлет ссылки для активации доступа.



СЕО «Яндекс Практикума»  
**Илья Курумышев**

«Мы много работаем с организациями и часто слышим от HR-директоров и руководителей одну и ту же проблему: команды не успевают за темпами роста бизнеса, а нанимать новых IT-специалистов долго и дорого. Эту проблему и решает Грейд, ведь иногда достаточно быстро дать сотруднику часть новых знаний, «прокачать» какую-то конкретную новую область, и эффективность работы существенно вырастет»

После того, как будет выбран курс, «Грейд» протестирует сотрудника, чтобы определить уровень его знаний и составит индивидуальный план обучения. В конце курса предстоит пройти еще один тест — для проверки знаний. Персонализированный подход к обучению позволит сократить время освоения одного навыка до 20-30 часов.

Все знания отрабатываются на практике в тренажере, а для руководителей и HR-департамента на платформе разработан специальный HR-кабинет, который поможет отслеживать прогресс сотрудников и оценивать эффективность обучения. Ожидается, что короткий формат и фокус на конкретных навыках повысит COR (Completion Rate) обучения, как минимум в пять раз.

«Грейд» — второй продукт Практикума из направления корпоративного образования. Компания сотрудничает с B2B-клиентами с 2020 года, среди которых уже более 2000 компаний-лидеров таких отраслей как телеком, ритейл, FMCG, IT, ecom, банкинг.

## Российские edtech-компании увеличили выручку на 23% за I квартал 2023 года

ИСТОЧНИК



Наиболее высокий рост зафиксирован в сегменте детского образования — 26,9% до ₽8,4 млрд. В списке пяти российских онлайн-школ по объему выручки — Skyeng, Skillbox, Like Центр, Яндекс Практикум и Uchi.ru.

- Skyeng** — ₽3,4 млрд (+32,3%)
- Skillbox** — ₽2,9 млрд (-8,12%)
- Like Центр** — ₽2,1 млрд (+18%)
- Яндекс Практикум** — ₽1,7 млрд (-15%)
- Uchi.ru** — ₽950 млн (+10,72%)

По оценке экспертов, по итогам 2023 года рынок онлайн-образования в России вырастет на 15-30%. Аналитик агентства Smart Ranking считает, что детский сегмент увеличится на 20-30%, сегмент иностранных языков — 10-15%.

## Доходы девяти российских инфобизнесменов за год выросли на 24%

ИСТОЧНИК



За 2022 год девять крупных коучей-блогеров суммарно заработали ₽4,3 млрд, подсчитала Ассоциация блогеров и агентств (АБА) и сервис аналитики и управления социальными сетями LiveDune. Это на ₽948 млн или 24% выше, чем в 2021 году.

### Какие инфобизнесмены попали в выборку:

- Валерия Чекалина — **доход более ₽1 млрд** ;
- Александра Митрошина — **₽650 млн**;
- Аяз Шабутдинов — **₽600 млн**;
- Оксана Самойлова — **₽500 млн**;
- Гоар Аветисян — **₽500 млн**;
- Елена Блиновская — **₽450 млн**;
- Виктория Боня — **₽250 млн**;
- Инна Тлиашинова — **₽200 млн**;
- Надин Серовская — **₽150 млн**.

Больше всего инфобизнесмены зарабатывают за счет прогревов через формат Reels в Instagram\*, на который приходится 55,2% дохода. В свою очередь на посты-карусели приходится 28,7%, на фотопосты — 14,7%, на видео — 1,3%.





## Яндекс Практикум провел бесплатную конференцию, на которой HR-эксперты разобрали резюме и портфолио соискателей

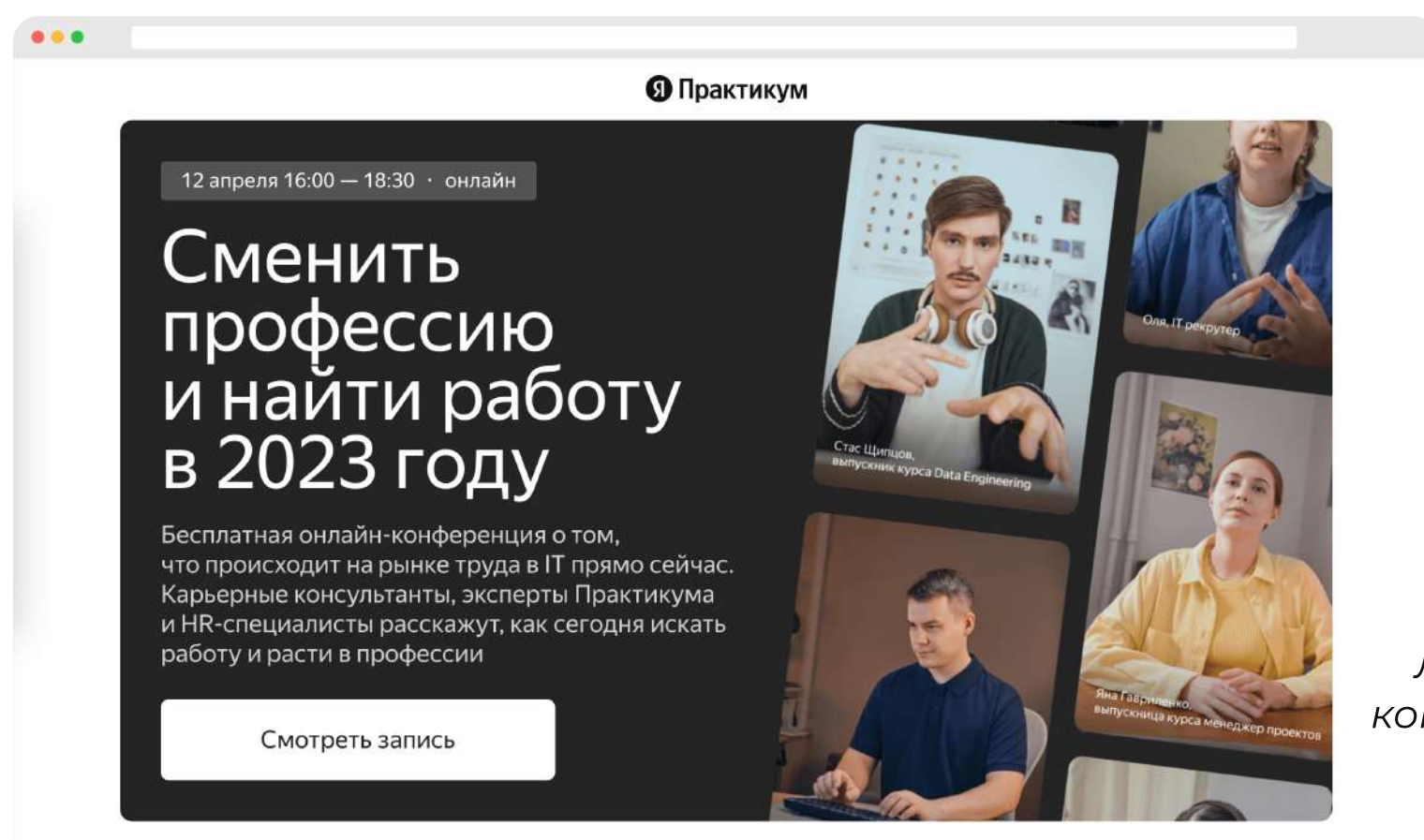


Сервис онлайн-обучения цифровым профессиям Яндекс Практикум провел бесплатную онлайн-конференцию о рынке труда в IT. Эксперты карьерного центра и HR-специалисты рассказали, как сегодня искать работу и расти в профессии.

Карьерные консультанты в прямом эфире разобрали портфолио и резюме начинающих специалистов из IT. Разбор помог «джунам» понять сильные и слабые стороны резюме, найти типичные ошибки, а также исправить их по советам профессионалов.

Чтобы показать CV на всю страну, нужно было заранее отправить его команде Практикума. Для разбора было выбрано несколько резюме с самыми частыми ошибками, а за процессом наблюдали все присоединившиеся к трансляции.

На конференции консультанты и HR-специалисты также рассказали о зарплатах, рынке труда и карьерном росте: как поскорее вырасти из «джуна», на какую зарплату можно рассчитывать при устройстве на новую работу, какие карьерные сценарии могут быть в 2023 году, сколько часов в день нужно уделять откликам и какое количество отказов можно считать нормой.



Лендинг онлайн-конференции Яндекс Практикума

## Академия Яндекса запустила конкурс для студентов и аспирантов, которые хотят перейти в IT-образование



Победители конкурса смогут пройти онлайн-курс и интенсивы в Яндекс Академии и стать ассистентами преподавателей по IT в 2023-2024 учебном году. Компания будет выплачивать им Р10 тыс., а работа будет занимать не более 10 часов в неделю. В конкурсе может поучаствовать студент бакалавриата, специалитета и магистратуры или аспирант компьютерных наук. Победители конкурса будут объявлены 24 мая.

Для участия в конкурсе необходимо найти преподавателя вуза и получить согласие на то, чтобы стать его ассистентом. Затем нужно оставить заявку с сопроводительным письмом. Яндекс выберет 100 пар «студент-преподаватель».

# МИРОВОЙ РЫНОК

## Ключевые хайлайты

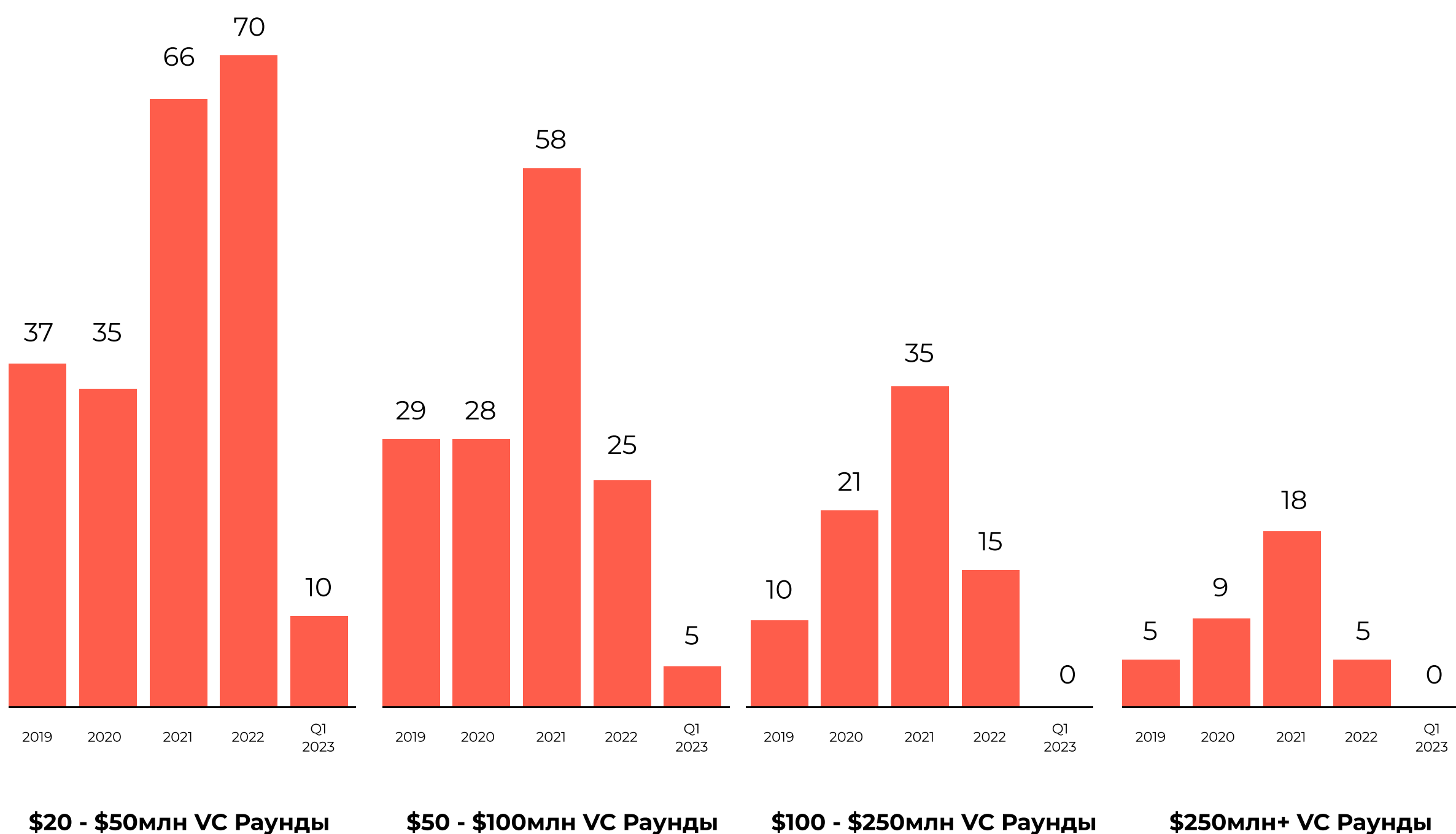
- Резкое снижение мегараундов и замедление инвестактивности привело к уменьшению венчурных инвестиций в мировой edtech
- Наибольшую выручку edtech-игрокам Казахстана принесли курсы для изучения языков и soft skills, а также платформы бизнес-образования
- Работодатели в США изменили требования к трудоустройству — стал необходим опыт работы с ИИ

## Венчурные инвестиции в edtech упали на 80% за год



По данным HoloniQ, объем венчурных инвестиций во всем мире с Q1 2022 года к Q1 2023 года снизились на 80%. Снижение — в основном за счет резкого уменьшения количества мега-раундов — если в 2021 году их было 53, то в 2022 — 20. Q1 2023 стал первым за несколько лет кварталом без мегараундов вообще. Еще одной причиной снижения общего объема венчурных инвестиций эксперты также называют глобальное замедление инвестиционной активности, которое наблюдается во многих сферах.

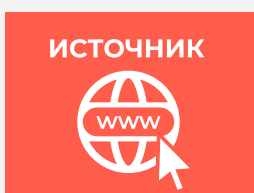
### Раунды венчурного инвестирования в edtech по объемам и годам



Так, в Q1 2023 года аналитики выделяют пять крупных венчурных раундов на общую сумму в \$373 млн, каждый из которых привлек от \$98 млн до \$50 млн. На эти пять раундов приходится почти треть всего венчурного инвестирования в edtech за квартал.

В HoloniQ не ожидают в ближайшее время ни новых edtech-единорогов, ни мегараундов. Тем не менее они полагают, что инвестиционные раунды станут не только меньше, но и будут происходить чаще, а инвесторы будут стараться диверсифицировать инвестиции, чтобы минимизировать риски.

## Компания Omdena выпустила топ-50 лучших edtech-компаний. Мы отобрали четыре самых интересных



Разработчик ИИ-решений Omdena составил список из 50 edtech-компаний, которые могут революционизировать индустрию с упором на ИИ. Мы выбрали четыре самые интересные из них из сектора ДПО.

Cognii — поставщик технологий для образовательных учреждений всех типов. Компания разработала технологию ИИ-учебников, которые позволяют студентам учиться в любое время и сразу получать обратную связь.

Smart Sparrow — образовательная платформа, которая позволяет создавать индивидуальные образовательные модули для ДПО и корпоративного обучения.


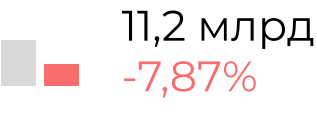





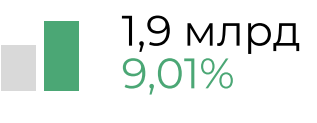

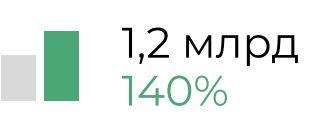
Guild Education (бывшая Entangled Group) — разработчик платформы-экосистемы, которая объединяет компании, которые хотят обучить своих сотрудников, и поставщиков образовательных решений. Платформа связывает их, а также предоставляет карьерных коучей и другие инструменты для планирования карьеры.


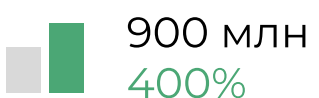

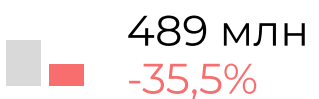



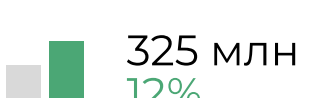

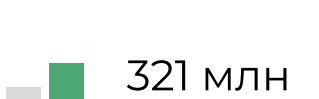
Learnosity — разработчик API-интерфейсов для тестирования и оценивания, которые встраиваются в продукты образовательных компаний. Тестирования можно сопровождать разнообразным образовательным контентом и обратной связью, настраивать под каждого ученика и создавать персональные ветвления вопросов. Также компания разработала интерфейс для создания образовательных продуктов и аналитическую платформу.

## Итоги казахстанского edtech-рынка от EdTechs



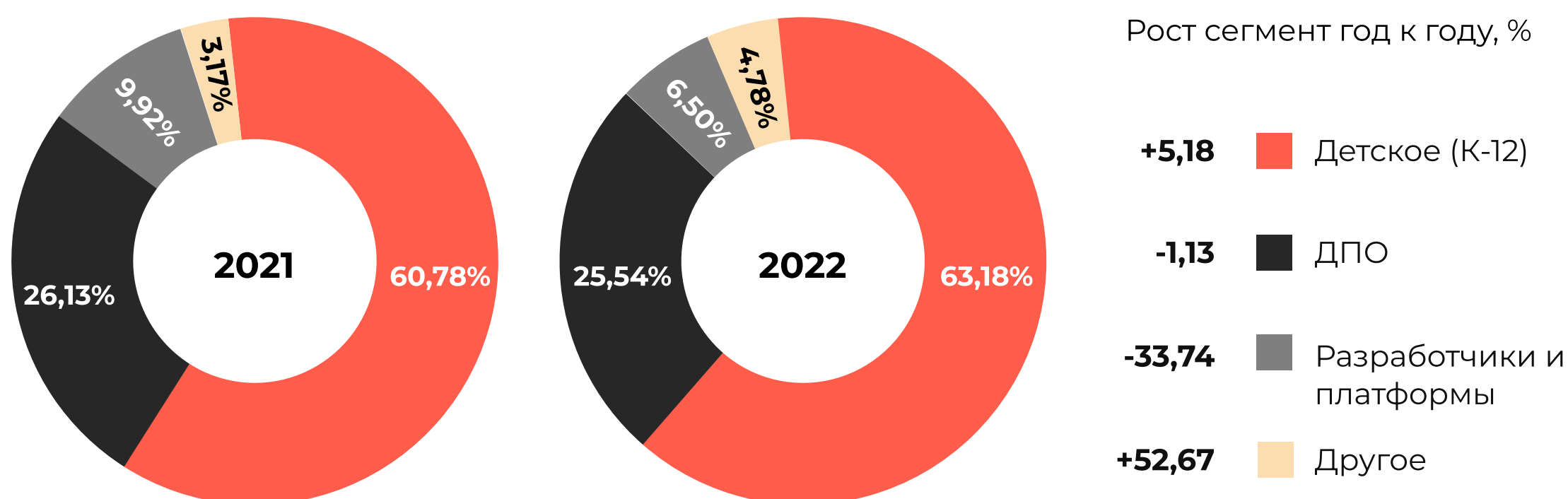
Проект EdTechs от Smart Ranking подвел итоги 2022 года на казахстанском рынке образовательных технологий. Объем выручки 40 крупнейших компаний вырос всего на 1,17%, она составила ₸27,35 млрд (₽4,04 млрд). С учетом доли российских компаний и ушедшего с публичного рынка BTS Education, объем рынка оценивается в ₸44,33 млрд (₽6,55 млрд).

1.	-	 Bilimland	Школьное		11,2 млрд -7,87%
2.	-	 DAR University + 5qbe	ДПО		5,9 млрд -0,53%
3.	-	 Daryn.online	Школьное		2,0 млрд 11,11%
4.	-	 Kundelik	Другое (детское)		1,9 млрд 9,01%
5.	▲	 Joo kz	Подготовка к экзаменам		1,2 млрд 140%

6.	▲	 Sabaq online	Школьное		900 млн 400%
7.	-	 ROQED	Разработчики и платформы		489 млн -35,5%
8.	▲	 HeRo Study	Разработчики и платформы		337 млн 29%
9.	▲	 WellDone Company	Разработчики и платформы		325 млн 12%
10.	▲	 QLANG	Иностранные языки для взрослых		321 млн 34%

Из всех секторов активнее всего вырос небольшой сегмент «Другое», в который входят языковые курсы, платформы бизнес-образования, soft skills и т. д. — +52,67%. Сильнее всего упал сегмент «Разработчики и ПО» — -33,74%. В edtech связывают его потери с геополитической обстановкой, которая привела к отмене многих проектов.

## Распределение выручки в 2022 году по сегментам



Большую часть рынка составляют компании сектора K-12, на которые приходится 63% выручки. Лидеры рейтинга — такие платформы, как Blimland, Kundelik и Daryn.online пользуются широкой господдержкой и внедрены почти во все школы страны.

### Опрошенные EdTechs эксперты называют следующие причины замедления роста казахстанского edtech-сектора:

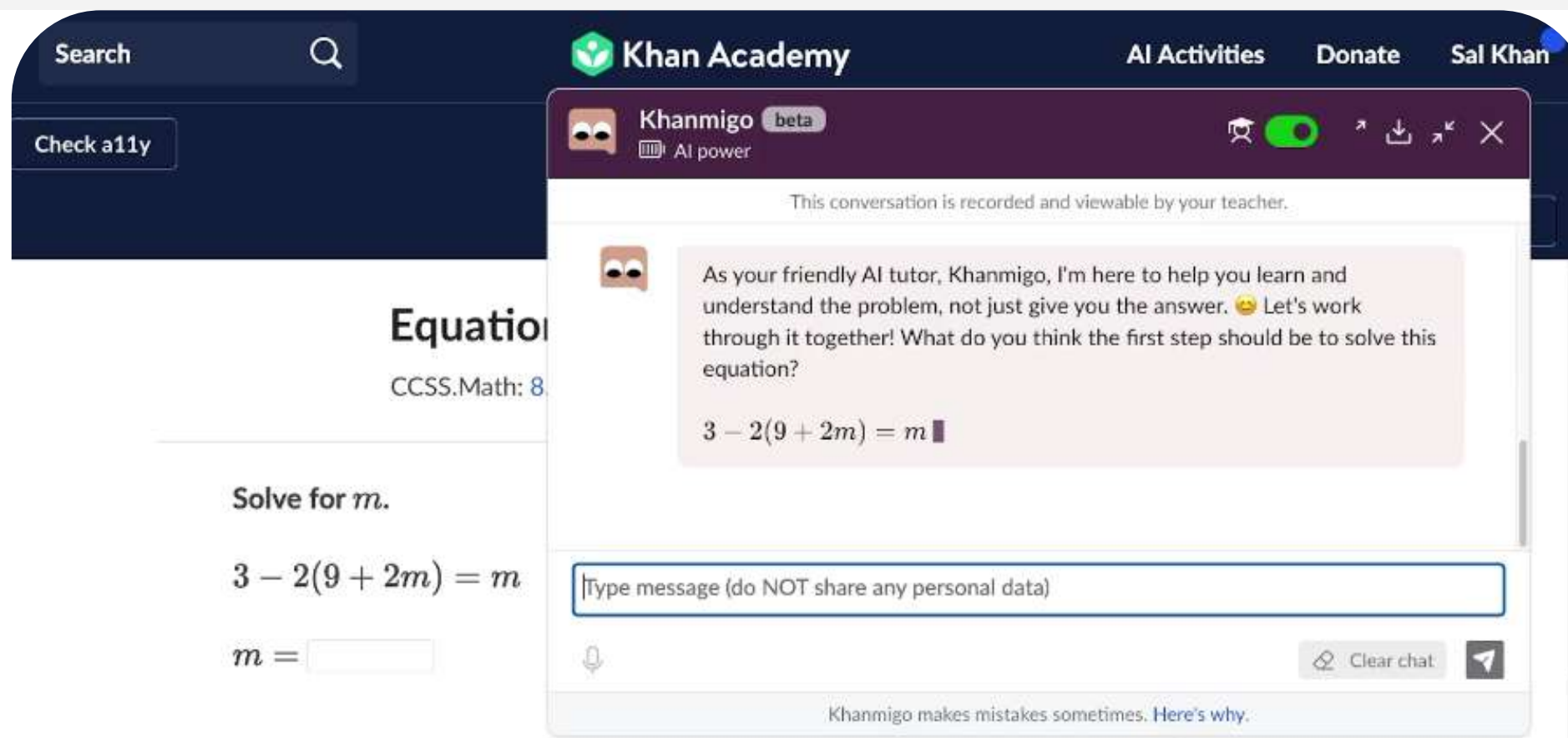
- Протесты в Казахстане в начале 2022 года, после которых банки более чем на месяц остановили покупку курсов в рассрочку, через которую проходит 90% продаж;
- Неготовность населения платить за образование, высокий уровень закредитованности;
- Значительный рост цен на продукты в Казахстане — 22% за год;
- Активный выход российских проектов на казахстанский рынок на фоне санкций — на их фоне казахстанские продукты значительно слабее, в том числе из-за недостатка финансирования;
- Недобросовестный демпинг во время торгов на госзакупках;
- Сокращение российских инвестиций в казахстанские компании и слабая активность инвесторов из других стран.

## Основатель Khan Academy рассказал, как его компания использует генеративный ИИ

ИСТОЧНИК



Салман Хан, основатель некоммерческой edtech-компании Khan Academy, рассказал на конференции Ted о том, как его компания создала ассистента обучения на базе ChatGPT.



*Khanmigo просит студента объяснить его решение*

По мнению Хана, ИИ — изобретение, которое сможет вывести образование на новый уровень. Он сослался на исследования, согласно которым обучение один на один с преподавателем — самый эффективный метод в любой сфере, который позволяет сделать среднего студента отличником, а отличника — гением. Но персональное обучение для каждого фактически недоступно — однако ИИ решает эту проблему.

Khan Academy сегодня использует ИИ-ассистента Khanmigo. Это встроенный в платформу компании чат-бот, который сопровождает студента при изучении материала и выполнении заданий. Хан считает главным преимуществом Khanmigo следующее — если студент совершает ошибку в задании, чат-бот пытается понять, какое именно ошибочное суждение заставило его ошибиться. Это работает с математическими вычислениями и с кодом.

В работе с большими текстами ИИ может выделить ключевые положения, попросить студента объяснить, к примеру, почему автор использовал то или иное слово, или оборот. Также чат-бот может дать студенту обратную связь по выполненному им текстовому заданию, выделив проблемные куски.

## Опыт работы с ИИ стал одним из самых востребованных навыков при найме в США

ИСТОЧНИК



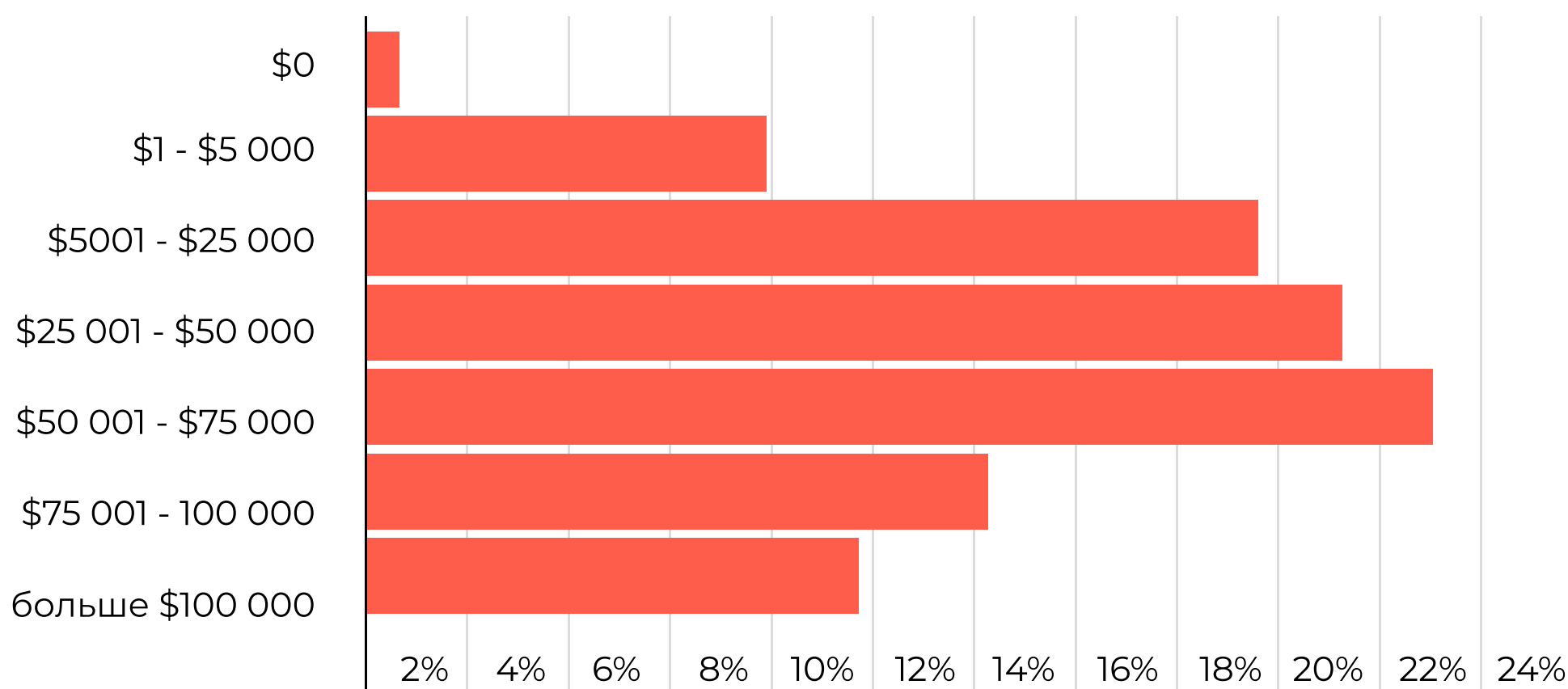
Исследовательская компания ResumeBuilder опросила американских 1000 работодателей о том, как они относятся к ChatGPT и используют ли его в своих процессах. Оказалось, что 49% опрошенных уже применяют нейросеть, 93% из них собираются лишь расширить ее применение. Еще 30% планируют встроить ChatGPT в свои процессы.

92% опрошенных заявили, что опыт наличия работы с ИИ является для соискателя существенным преимуществом, а 90% отметили, как важный навык опыт работы именно с ChatGpt.

Из компаний, которые применяют ChatGPT, 66% используют его для написания кода, 58% — для копирайтинга/создания контента, 57% — для поддержки клиентов и 52% — для создания сводок встреч или документов. 48% компаний уже заменили реальных сотрудников на ChatGPT. 69% сказали, что могут сделать это до конца 2023 года.

Кроме того, представители компаний рассказали, сколько денег сэкономили благодаря ChatGPT. Самый популярный ответ — от \$50 тыс. до \$75 тыс.

Сколько примерно денег вы сэкономили благодаря использованию ChatGPT?



## CourseAI выпустила нейросеть, которая может генерировать онлайн-курсы

ИСТОЧНИК



Инструмент, проходящий бета-тестирование, доступен в открытом доступе. ИИ делает выжимку из множества обучающих материалов, которые разбивает на мини-уроки. Курс завершается тестированием из нескольких закрытых вопросов, а также задачами для домашнего освоения.

О команде, разработавшей ИИ, почти ничего неизвестно. Пока весь контент в курсах — текстовый. Доступны английский, французский, немецкий, португальский, итальянский, испанский, китайский, японский и непальский языки.

В будущем разработчики CourseAI планируют добавить возможность отслеживать действия учеников, настраивать генеративный контент, сделать обучающие блоки более интерактивными и добавить в них изображения и видео.

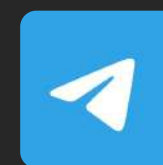
# ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

## Приглашаем всех к взаимодействию

### Если у вас есть:

- данные, которые мы можем использовать
- желание высказаться, дать комментарий и дать интервью
- нативно войти с рекламой в следующем выпуске
- быть спонсором или генеральным спонсором
- или что-то иное, в чем вы видите выгоду

То свяжитесь  
с нами в телеграме:



t.me/sabirovilya  
t.me/denisakatov