

DOI: <https://doi.org/10.32689/2523-4536/69-6>  
УДК 37:004

**Козлова І. М.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри менеджменту, логістики та інновацій,  
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5107-6668>

**Баталічева Н. О.**

студентка,  
Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-1565-8192>

**Kozlova Inna**

PhD in Economics, Associate Professor  
at the Department of Management, Logistics and Innovation,  
Semen Kuznets Kharkiv National University of Economics  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5107-6668>

**Batalicheva Nataliia**

Student,  
Semen Kuznets Kharkiv National University of Economics  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-1565-8192>

## СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ EDTECH КОМПАНІЙ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ У СФЕРІ ОСВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ

### MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF EDTECH COMPANIES AND THEIR INFLUENCE ON THE FORMATION OF A MARKETING STRATEGY IN THE FIELD OF EDUCATIONAL TECHNOLOGIES

*У статті визначено особливості розвитку EdTech-компанії в сучасних умовах господарювання. Розглянуто основні методи просування, які мають велике значення для успіху компанії в умовах високої конкуренції. Акцентовано увагу на тому, що стратегія контент-просування стає все більш важливою та є індикатором довгострокових намірів компанії. Розглянуто основні тенденції, які спостерігаються у сфері освіти. Наголошується на необхідності урахування зовнішніх перспективних напрямів розвитку, досвіду інших компаній та адаптації тенденцій із різних сфер до своєї діяльності для розробки ринково орієнтованої стратегії. Наведено перспективні напрями розвитку EdTech-компаній у сучасних реаліях. Окрему увагу приділено дослідженню динаміки венчурного фінансування та його розподілу між сферами. Побудована лінія тренду, котра підтверджує зростаючу тенденцію щодо збільшення венчурного фінансування в сферу EdTech.*

**Ключові слова:** венчурне фінансування, маркетингова стратегія, онлайн-курси, освітній процес, особливості розвитку, технології, EdTech, EdTech-компанії.

*Identifying the specifics of an EdTech company's development in today's environment is relevant for several reasons. Firstly, the rapid growth of the EdTech market: educational technologies have become increasingly popular in recent years, and this market continues to grow every year. Therefore, companies operating in this industry need to identify their own development features to successfully compete in the market. Secondly, the development of technologies is rapidly evolving, and companies that cannot adapt to new technologies risk being left behind and losing competitiveness. Thirdly, the unique competitive environment: the EdTech market is still in its infancy, and each company has its own unique features that allow it to develop a competitive positioning. Fourthly, changing consumer habits and expectations, which change over time, and companies must take these changes into account and adapt to them. The article examines the main methods of promotion that are important for the success of a company in a highly competitive environment. The article analyses the following methods: partnerships with organisations and creation of partnership programmes, content promotion, organisation of online and offline events of various kinds, use of social networks, SEO promotion and affiliate marketing. The author emphasises that the content promotion strategy is becoming increasingly important and is an indicator of the company's long-term intentions. The main trends observed in the field of education are considered. The author discusses the need to take into account external*

*promising areas of development, the experience of other companies and adapt trends from different areas to their activities in order to develop a market-oriented strategy, not just innovations within the company's specialisation. The article identifies 14 promising areas for the development of EdTech companies in today's realities, including the use of artificial intelligence to personalise learning, the development of virtual and augmented reality technologies, the use of blockchain to create secure data storage systems and electronic documents, robotics and automation of the educational process, the development of gamification in education, the use of the Internet of Things, cloud technologies, the transition to a modular learning system and the increasing role of data and analytics in education. The success of EdTech companies will depend on how effectively they can adapt to the changing requirements and needs of users and the education sector as a whole. Thus, identifying the specifics of an EdTech company's development is an important step in its successful growth and competitiveness in the market. The main methods used in the article include analysis, synthesis, generalization, classification, and others. The practical significance of this article lies in the importance of identifying the unique characteristics of EdTech companies to successfully compete in a rapidly growing market and adapt to evolving technologies.*

**Keywords:** EdTech, EdTech-companies, development features, online courses, technology, educational process, marketing strategy, venture capital funding.

**Постановка проблеми.** В сучасній економіці EdTech-компанії стикаються з низкою викликів та проблем, пов'язаних, з одного боку, зі швидким розвитком технологій і зростаючим конкурентним тиском на ринку, а з іншого – з обмеженнями, викликаними пандемією COVID-19, та прогресивним зростанням попиту та пропозицій на дистанційне навчання, віддалену роботу. Одним із ключових питань дослідження є визначення особливостей розвитку EdTech-компаній у сучасних реаліях, які допоможуть їм подолати виклики та зберегти конкурентоспроможність на ринку, та розробка стратегій, які дозволять їм ефективно використати новітні технології та конкурувати з іншими представниками на ринку освіти.

Іншою важливою проблемою є пошук альтернативних варіантів розвитку та масштабування. EdTech-компанії стикаються із викликом залучення нових користувачів та утримання старих клієнтів. На тлі зростаючої конкуренції на ринку освіти компанії повинні розробляти ефективні стратегії просування задля залучення й утримання користувачів своїх продуктів й послуг. Дослідження "Global EdTech Startups Market Report" від HolonIQ [1] вказує на те, що у 2020 р. обсяг інвестицій у світові EdTech-стартапи становив 16,1 мільярда доларів США, що є рекордним значенням, й наголошує, що основними напрямками розвитку ринку є EdTech-платформи, які вимагають впровадження сучасних інформаційних технологій та освітні контентні рішення.

Існує і потреба в адаптації інформаційно-інноваційних технологій. Компанії також стикаються з проблемою необхідності забезпечення високого ступеня безпеки у сфері освіти, особливо у світлі швидкого поширення технологій та великої кількості даних, що обробляються у процесі навчання.

Ще однією проблемою є пошук шляхів покращення освітнього процесу для

задоволення нових вимог та очікувань користувачів, підвищення рівня показників LTV, CRR та зниження рівня показника САС.

Таким чином, основні проблеми пов'язані з розвитком EdTech-компаній у сучасних реаліях полягають у необхідності застосування інформаційно-інноваційних підходів, забезпечення безпеки у сфері освіти, адаптації до мінливого освітнього середовища, своєчасного обліку нормативних актів та розробки ефективних стратегій просування. Вирішення цих проблем дозволить EdTech-компаніям бути конкурентоспроможними на сучасному ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Аналіз останніх досліджень підтверджує, що ринок EdTech продовжує швидко зростати і змінюватися, на що впливають як внутрішні, так і зовнішні чинники, такі як зміна потреб ринку, технологічний прогрес, регулятивні обмеження тощо.

Звіт "EdTech Market Size, Share & Trends Analysis Report By Component, By Learning Mode, By Application, By Region, And Segment Forecasts, 2021–2028" від Grand View Research [2] прогнозує, що ринок EdTech зростатиме з темпом 18,1% в річному обчисленні в період з 2021 по 2028 роки завдяки зростаючій потребі в ефективних рішеннях для освіти.

У свою чергу звіт "EdTech's Impact on the Future of Workforce Development" від eLearning Industry [3] зазначає, що в даний час EdTech-технології відіграють все більш важливу роль у навчанні персоналу та підготовці робочої сили, особливо у контексті швидко змінних вимог ринку праці з переорієнтацією на віддалену роботу.

Дослідження "EdTech: Market Analysis and Forecast" від MarketsandMarkets [4] вказує на те, що швидке зростання кількості користувачів мобільних пристроїв та доступності високошвидкісного інтернету є головними факторами, що спонукають до зростання ринку EdTech.

Звіт "EdTech Market Insights: Global Outlook and Forecast 2021–2026" від Research And Markets [5] надає аналіз поточного стану ринку EdTech та прогнозує його зростання до 2026 року. В звіті виділено ряд ключових тенденцій, таких як зростання потреби в дистанційному навчанні та зростання кількості користувачів мобільних пристроїв, які збільшують попит на EdTech рішення, персоналізоване навчання, доповнена реальність, блокчейн, штучний інтелект, показуючи, як ці технології використовуються у сучасній освіті й впливають на ринок загалом.

Отже, ринок EdTech прогресивно зростає, що створює можливості для нових гравців на ринку, які будуть створювати та пропонувати нові інноваційні продукти та послуги, кидає виклики наявним гравцям, тому й подальші різноматематичні дослідження в галузі EdTech необхідні.

**Мета статті** – дослідження особливостей функціонування EdTech-компаній в сучасних умовах та виокремлення ключових трендів та напрямків розвитку освітніх компаній в майбутньому.

**Виклад основного матеріалу.** Для визначення особливостей розвитку EdTech-компаній проаналізуємо основні методи просування товарів та послуг (табл. 1), які при високій конкуренції відіграють значну роль в успіху компанії, оскільки можуть як збільшувати, так і зменшувати витрати компанії.

Слід зазначити, що на практиці компанії переважно використовують комплекс методів просування, роблячи акцент на двох-трьох методах.

Дослідження "Global EdTech Startups Market Report" від HolonIQ [6] наголошує, що найбільш конкурентним напрямком розвитку стане освітні контентні рішення, а це означає,

Таблиця 1

## Аналіз основних методів просування

| Метод просування   | Сутність  |
|--|---|
| Партнерство з організаціями та створення програм партнерства | Може виражатися в співпраці з університетами, школами, іншими освітніми організаціями чи будь-якими компаніями. Партнерство може надати доступ до великої кількості потенційних клієнтів, а також надати можливість EdTech-компаніям отримати зворотний зв'язок від менторів та студентів про те, як їх продукти можуть бути покращені, якщо співпраця здійснюється з освітніми компаніями чи закладами. Компанії можуть запропонувати партнерство іншим освітнім організаціям, таким як школи та університети, та надати їм знижки на свої продукти. Створення програм партнерства може призвести до збільшення продажів та збільшення впізнаваності компанії. |
| Контентне просування   | Створення цінного контенту є одним з неочевидних нових методів просування, які використовують компанії EdTech. Контент може включати блоги, статті, відеоуроки та інші навчальні матеріали. Цінний контент може привернути увагу користувачів та допомогти компаніям встановити свою експертність у галузі освіти. Такий контент може бути використаний у соціальних мережах для просування компанії та залучення нових клієнтів. Задля забезпечення максимальної віддачі розробляється багатоканальна контентна воронка, за допомогою якої відбувається конвертація переглядача в лояльного клієнта.   |
| Організація заходів  | Організація заходів, таких як семінари, вебінари, конференції, тренінги, як в онлайн-просторі, так і в режимі офлайн. Якщо це офлайн-заходи, то використовуються здебільшого для підвищення рівня впізнаваності компанії.   |
| Використання соціальних мереж                                | Компанії можуть використовувати соціальні мережі, такі як Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram тощо для залучення нових клієнтів, налагодження зв'язків з існуючими, для створення спільноти користувачів своїх продуктів. Компанії можуть використовувати платну рекламу в соціальних мережах для просування своїх освітніх продуктів та послуг.   |
| Використання SEO-просування                                  | EdTech-компанії протягом всієї своєї діяльності збільшують посилкову масу сайту, проводять SEO-оптимізацію, що поліпшує пошукову видачу, рейтинг, і, як наслідок, дозволяє в перспективі отримувати органічні ліди й в подальшому конвертувати їх в клієнтів без вкладень в рекламний бюджет.   |
| Афілійований маркетинг                                       | Affiliate marketing – це процес просування продукту чи послуги через партнерів, які отримують комісію за кожний успішний продаж чи перехід на сайт компанії. Це один із ефективних способів залучення нових клієнтів та збільшення продажів. EdTech-компанії можуть використовувати affiliate marketing для збільшення своєї аудиторії та продажів за допомогою наступних способів: залучення блогерів та інфлюенсерів; реклами на сайтах; email-маркетингу; реферальних програм; реклами у соціальних мережах.   |

що стратегія контент-просування, котра є індикатором довгострокових намірів компанії, стане найбільш ефективною. Це пояснюється наступними доводами: споживання контенту в соціальних мережах, на відеохостингу, в мережі Інтернет зростає з кожним роком; є конкурентна боротьба за увагу споживача між компаніями будь-якої галузі; присутні алгоритми ранжування, які органічно просувають контент, який відповідає вимогам та якщо, контент реалізується за допомогою нових інструментів в рамках мережі (наприклад, при появі Reels Instagram протягом тривалого періоду часу віддавав пріоритет Reels-контенту). Тому будь-яка компанія, котра планує залишатися на ринку в довгостроковій перспективі, повинна реалізувати метод контентного просування, який разом з методом SEO-просування є відносно дешевим способом просування.

Крім того, визначення стратегій розвитку EdTech-компаній повинно відбуватися з урахуванням сучасних реалій, а саме:

- зростання інвестицій в компанії EdTech, що підкреслює зацікавленість інвесторів у розвитку інноваційних товарів та послуг на навчання;

- зростання кількості нових стартапів, що з одного боку, сприяє високій конкуренції на ринку, а з іншої – стимулює розвиток нових ідей та інновацій;

- підвищення попиту на онлайн-освіту через пандемію COVID-19 та інших викликів сучасності;

- розвитку персоналізованого навчання та адаптивних технологій;

- збільшення відсотків компаній, які використовують штучний інтелект та машинне навчання в освіті, бо це означає, що інтелектуальні системи та алгоритми використовуються для оптимізації навчання та надання персоналізованих рекомендацій та зворотного зв'язку;

- стрімкого зростання технологій віртуальної та доповненої реальності, які використовуються для створення більш ефективного та привабливого навчального процесу;

- переходу лідерів ринку на блокчейн-технології, що надійніше здійснюють захист персональних даних студентів та викладачів;

- збільшення ролі даних та аналітики, що викликає збільшення інвестицій компаній в цей напрям;

- зростання попиту на навчання у віддалених та гнучких форматах, що вимагає додатково у студентів, співробітників розвивати такі навички, як управління часом, комунікація в онлайн-середовищі та самомотивація;

- використання великих даних, які допомагають визначати тенденції та патерни в освіті, які можуть бути корисними при розробці нових навчальних програм та методів навчання.

Необхідно також зазначити і тенденції, які присутні в рамках освітнього процесу, а саме:

- введення нових ланків в процес навчання, наприклад, коуча, який допомагають учням визначити свої цілі та план дій, забезпечує підтримку та мотивацію у процесі навчання; ментора, який має значні професійні здобутки в сфері та надає допомогу у вирішенні проблем;

- збільшення продуктивних лінійок й кількості освітніх онлайн-курсів різної направленості в кожній із них;

- запровадження методу спільного навчання та колаборацій, що дозволяє прокачувати соціальні навички, підвищити якість засвоєних знань й мати практичний досвід роботи над проектом;

- використання аналітики: за допомогою аналізу даних можна визначити фактори, що впливають на успіх учнів та передбачити, які учні можуть мати проблеми з успішністю, здійснювати моніторинг та оцінювати процес навчання, що може допомогти кураторам та менторам навчальних організацій вживати заходів щодо підтримки учнів, які потребують додаткової допомоги;

- оцінка ефективності освітніх програм: за допомогою аналізу даних можна оцінити ефективність різних освітніх програм та методів, що може допомогти вчителям та адміністраторам вибрати найбільш ефективні методи навчання;

- використання різних механік у навчанні (наприклад, гейміфікації) задля залучення студентів, адже це дозволяє процес зробити інтерактивним та захоплюючим, підвищує засвоєваність та зберігає мотивацію і інтерес до навчання;

- адаптація навчальної програми: аналіз даних може допомогти визначити, які аспекти навчальної програми потрібно змінити, щоб учні краще засвоювали матеріал та досягали найкращих результатів;

- індивідуальне навчання: аналіз даних може допомогти визначити індивідуальні потреби кожного студента та запропонувати індивідуальні навчальні програми, щоб допомогти кожному учню досягти максимальних результатів;

- розвиток онлайн-сертифікації та підтвердження компетенцій: зі зростанням попиту на онлайн-навчання з'являється необхідність підтвердження отриманих знань і навичок,

тому саме онлайн-сертифікація та акредитація курсів дозволяють учням отримати офіційне визнання за свої досягнення та довести свої компетенції перед потенційними роботодавцями чи іншими заінтересованими сторонами;

– поява нових форматів освіти, таких як мікрокурси та мікромодулі, тобто такі спеціалізовані навчальні програми, які можуть бути вивчені за короткий період часу. Ці формати освіти дозволяють уч, що дозволить майбутнім студентам обирати лише ті курси, які відповідають їхнім конкретним потребам та інтересам, а також навчатися у своєму власному темпі;

– підготовка фахівців зі стеком STEM-технологій, адже курси, пов'язані зі STEM, допомагають учням розвивати не лише конкретні навички, а й критичне мислення, проблемне рішення та технічну творчість.

Для того, щоб компанія стало розвивалася варто враховувати не тільки нововведення в рамках спеціалізації компанії, а й зовнішні перспективні напрямки розвитку, досвід інших компаній та адаптувати тенденції з різних сфер до своєї діяльності. Все це дозволить компанії скласти ринкоорієнтовану стратегію, правильно обрати напрямки розвитку й відповідні технології.

У зв'язку з цим доцільно виокремити наступні перспективні напрямки розвитку EdTech-компаній у сучасних реаліях:

1. Використання штучного інтелекту для персоналізації навчання, створення індивідуальних програм чи оптимізації навчання. Так, наприклад, у звіті [7] зазначається, що 58% EdTech-компаній використовують машинне навчання у своїх продуктах, що є значним зростанням у порівнянні з попередніми роками. Також наголошується, що використання штучного інтелекту та віртуальної/доповненої реальності також продовжує зростати.

2. Розвиток технологій віртуальної реальності та доповненої реальності для створення більш реалістичних та інтерактивних навчальних матеріалів.

3. Використання блокчейну для створення надійних та безпечних систем зберігання даних та електронних документів. Також технологія блокчейн може бути використана для створення систем управління навчальними даними та перевірки кваліфікацій.

4. Роботизація та автоматизація освітнього процесу: поява роботів та автоматизованих систем може змінити підхід до навчання та дати можливість студентам навчатися на практиці.

5. Розвиток гейміфікації у навчанні, яка використовує ігрові елементи для підвищення мотивації та ефективності навчання.

6. Застосування Інтернет-речей (пристрої інтернету речей можуть бути використані для створення розумних класів та покращення взаємодії між учителем та учнями).

7. Використання хмарних технологій (можливості хмарних технологій можуть бути використані для покращення доступності навчання та створення більш гнучких навчальних середовищ, адже вони дозволяють зберігати та обробляти дані та матеріали для навчання у хмарних сховищах, що робить їх доступними для всіх учасників освітнього процесу у будь-який час та в будь-якому місці).

8. Перехід до модульної системи навчання, що надає студентам більш гнучкі та індивідуальні навчальні програми.

9. Посилення ролі даних та аналітики в освіті для підвищення ефективності навчання та покращення результатів.

10. Переорієнтація можливостей EdTech платформ на мобільні пристрої, що дозволить підвищити рівень показника COR. Так, наприклад, згідно з дослідженням "The ECAR Study of Undergraduate Students and Information Technology, 2021" [8] проведеного американським Коледжем обчислювальної техніки та інформаційних наук, 96% студентів використовують мобільні пристрої для навчальних цілей. Майже всі студенти (99%) використовують програми для освіти, причому 67% студентів використовують їх щодня, а 86% – щонайменше кілька разів на тиждень. Це наголошує на необхідності інтеграції мобільних додатків до освітнього процесу та розвитку мобільних технологій у сфері освіти.

Впровадження в освітні процеси розвиток SoftSkills, які в сучасних умовах є вирішальними при відносно рівних інших даних.

Розвиток онлайн-співробітництва, онлайн-спільнот та онлайн-спілкування між студентами та викладачами у режимі реального часу, що дозволяє розвивати ринок віддаленої чи вільної занятості, створювати більш інтерактивний та динамічний освітній процес, приналежність до певного соціального кластеру, що в свою чергу, вплине на підвищення рівня показників LTV та CRR та зниження рівня показника SAC.

Цифровізація освітнього процесу й популяризація інформаційних технологій незалежно від напрямку навчання, що дозволяє краще орієнтуватися у цифровому світі та підвищує їх шанси на ринку праці

Персоналізованість навчання, засноване на аналізі даних та використанні штучного

інтелекту, що дозволяє адаптувати освітній процес до індивідуальних потреб кожного студента, прискорити процес навчання та підвищити його ефективність.

В умовах невизначеності, прогресивного розвитку онлайн-сфери та попиту на віддалену зайнятість, сфера EdTech стрімко зростає та повинна відповідати останнім сучасним тенденціям, тому компаніям необхідно впроваджувати нові технології та стратегії розвитку, а отже й брати до уваги вищезазначені перспективні напрямки розвитку в найближчі роки. Компаніям також варто враховувати, що технології в освіті розвиваються в прискореному темпі, що потребує постійного оновлення та вдосконалення технологічної бази компанії.

Необхідно зауважити, що EdTech-компанії повинні враховувати розподіл фінансування (рис. 1). Ці данні дозволяють побачити, що більше половини (а саме 58%) венчурних інвестицій спрямовані на фінансування освіти в сфері професій, підвищення кваліфікації, перекваліфікації, розвитку softskills, систем управління освітою, а також STEAM-технологій, які охоплюють стек затребуваних технологій (природничі науки, технології, технічну творчість, мистецтво, математику).

Згідно прогнозів звіту Holon IQ [6] можна стверджувати, що:

– до 2030 року витрати на освіту зростуть до 10 трлн \$, проте дана сфера значно

недооціфрована, тому сектор освіти з точки зору є відстаючим: на цифрові технології виділяється менше 3% загальних витрат, що є серйозною проблемою, тим не менш, цифрові витрати зростають;

– у 2018 році освіта витратила на цифрові технології 142 млрд. доларів, хоча прогнозується, що до 2025 року ця сума зросте до 342 мільярдів доларів, але вона, як і раніше, становить менше ніж 5% від загальних витрат;

– застосування передових технологій в освіті та навчанні почне набирати обертів до 2025 року, коли AR/VR та штучний інтелект все більше інтегруватимуться в основні процеси надання освіти та навчання; швидше за все, починаючи з корпоративного та неакредитованого секторів.

Також варто враховувати, що з'явиться понад 100 освітніх компаній із ринковою капіталізацією понад одного мільярда доларів до 2025 року. В [6] також зазначається, що венчурне фінансування EdTech повернеться до пандемічного рівня у 2023 році після падіння на 49% до 10,6 млрд. доларів у 2022 році з рекордних 20,8 млрд. доларів у 2021 році.

Для підтвердження цього прогнозу побудуємо графік динаміки венчурного фінансування та побудуємо лінію тренду, яка зазвичай використовується для побудови графіків прогнозів та графічно проілюструє тенденцію зміни (рис. 2).

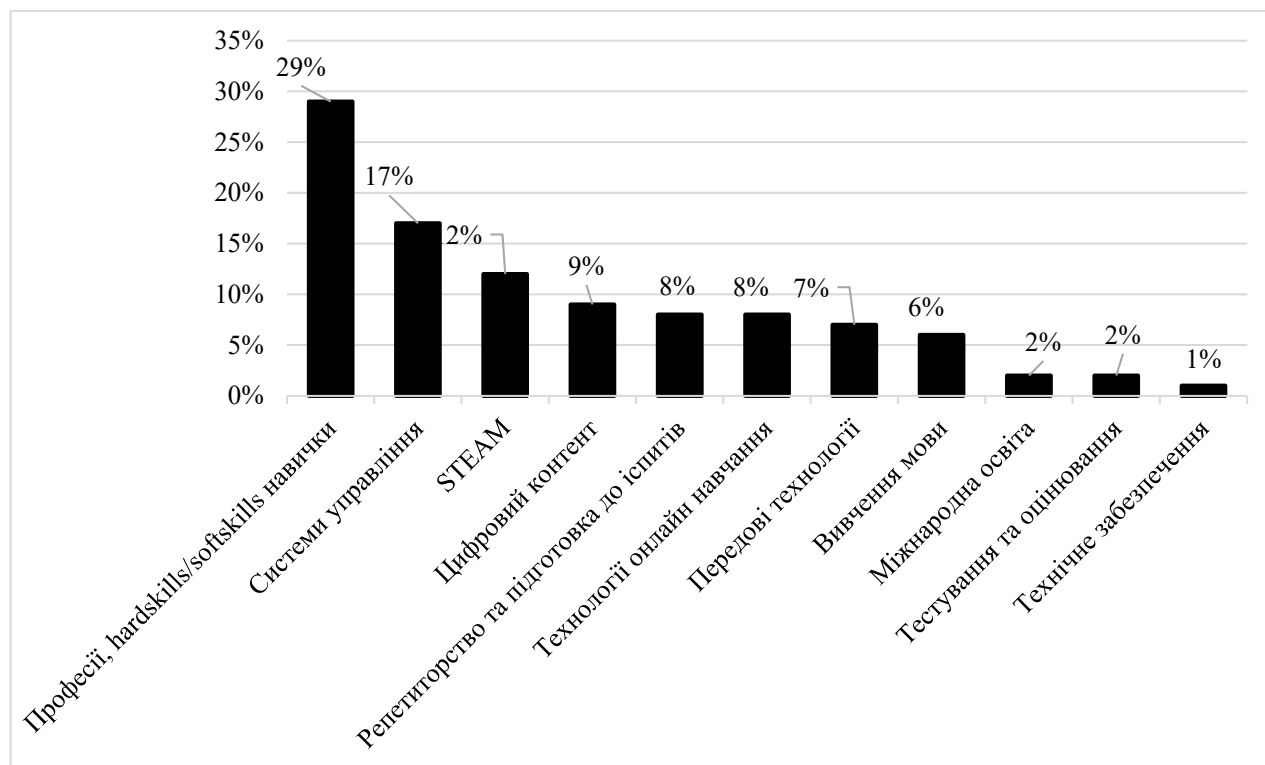


Рис. 1. Розподіл фінансування за різними сферами [6]

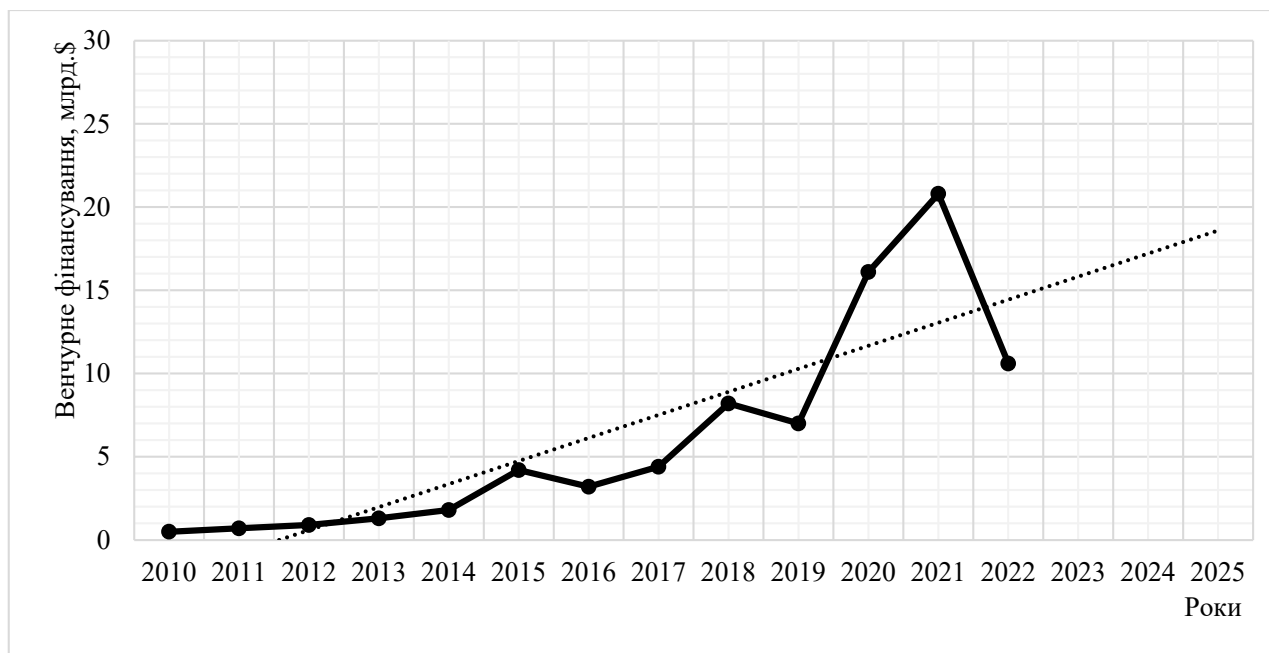


Рис. 2. Динаміка венчурного фінансування у сферу EdTech

Як ми бачимо, що незважаючи на значний спад у 2022 році, динаміка до 2025 року зростаюча, що не виключає експоненціального зростання з 2025 року й підтверджує прогнози Holon IQ.

**Висновки.** Отже, розвиток EdTech-компаній залежить від їхньої здатності втілювати інноваційні рішення, створювати унікальні освітні продукти, а також від їхньої готовності адаптуватися до змін. Для стратегічного розвитку компанії важливо враховувати не тільки нововведення в рамках своєї спеціалізації, а й перспективні напрями розвитку

зовнішнього середовища, досвід інших компаній та адаптувати тенденції з різних галузей до своєї діяльності. Впровадження даних особливостей розвитку EdTech-компаній допоможуть їм розробити маркетингову стратегію, правильно обрати напрями розвитку та відповідні технології. У свою чергу статистичні дані венчурного фінансування дозволяють компаніям скоректувати напрям й залучувати інвестиції в затребувальні сфери. Перспективи подальших досліджень полягають в аналізі напрямів інноваційних ІТ-технологій та в їх можливій адаптації в ринок EdTech.

#### References:

1. HolonIQ "Global EdTech Startups Market Report" [HolonIQ "Global EdTech Startups Market Report"]. Available at: <https://www.holoniq.com/notes/2022-global-education-outlook>.
2. Grand View Research "EdTech Market Size, Share & Trends Analysis Report By Component, By Learning Mode, By Application, By Region, And Segment Forecasts, 2021–2028" [Grand View Research "EdTech Market Size, Share & Trends Analysis Report By Component, By Learning Mode, By Application, By Region, And Segment Forecasts, 2021–2028"]. Available at: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/digital-education-market-report>.
3. Zambito Victoria (2018). Workforce Development: How EdTech Is Bridging the Skills Gap and Automating Long-Term Career Growth. Available at: <https://trainingindustry.com/articles/workforce-development/workforce-development-how-edtech-is-bridging-the-skills-gap-and-automating-long-term-career-growth>. [in English]
4. MarketsandMarkets "EdTech: Market Analysis and Forecast" [MarketsandMarkets "EdTech: Market Analysis and Forecast"]. Available at: <https://growthmarketreports.com/report/edtech-market-global-industry-analysis>
5. ResearchAndMarkets "EdTech Market Insights: Global Outlook and Forecast 2021–2026" [ResearchAndMarkets "EdTech Market Insights: Global Outlook and Forecast 2021–2026"]. Available at: <https://www.marketwatch.com/press-release/edtech-market-growth-position-and-views-2023-2028-2023-03-06>.
6. HolonIQ "Global EdTech Startups Market Report" [HolonIQ "Global EdTech Startups Market Report"]. Available at: <https://www.holoniq.com/notes/2022-edtech-vc-funding-totals-10-6b-down-from-20-8b-in-2021>.
7. Global EdTech Startup Awards 2021 [Global EdTech Startup Awards 2021]. Available at: <https://www.globaledtechawards.org/2021-winners>.
8. Linden Tanya (2022). "The ECAR Study of Undergraduate Students and Information Technology, 2021". Available at: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9261211>. [in English]