**ניתוח מערך נתונים udemy.com**

**ניתוח כללי:**

1. בפלטפורמת הקורסים udemy ישנם סה"כ 3,672 קורסים בארבעה נושאים ובארבע רמות קושי שונות, כאשר מספר הקורסים הגדול ביותר, בכל נושא הינו ברמה הכללית ומספר הקורסים הנמוך ביותר הינו ברמה הקשה ביותר.
2. הקורסים מורכבים מ-147,395 הרצאות. כאשר ישנם פי 10 יותר קורסים בתשלום לעומת קורסים בחינם.
3. כמות הקורסים הרבה ביותר הינה בתחומי העסקים והפיתוח ברשת. ישנם כ-50 אחוז פחות קורסים הקשורים למוזיקה ועיצוב גרפי.
4. אורך קורס ממוצע עומד על כ- 4.1 שעות. ממוצע הזמנים בין הנושאים השונים אינו משמעותי.

**תמחור:**

1. בפלטפורמה ישנם 3,362 קורסים בתשלום בסכום כולל של 242,730$:
   1. המחיר הגבוה ביותר הינו 200$
   2. הנמוך ביותר הינו 20$
   3. ממוצע המחירים הינו 72.2$
   4. סכום הכנסות, נכון לזמן קבלת הנתונים, הינו: 881,674,940$

**משתמשים:**

1. ישנם 11,715,835 משתמשים בפלטפורמה. כמות הנרשמים לקורסים בתשלום גבוהה פי 2 מכמות הנרשמים לקורסים שללא עלות.
2. ניתן לראות כי, בהפרש ניכר, נושא הפיתוח ברשת הוא המבוקש ביותר עם 7,937,287 נרשמים (68%), וכן הנושא הכי פחות פופולארי הינו נושא המוזיקה.
3. ניתנו סה"כ 156 ביקורות בממוצע. ישנן פי 3 ביקורות לתכנים ללא עלות מאשר לאלו שבעלות. בנוסף ניתן לראות שלנושא הפיתוח ברשת יש את המספר הרב ביותר של ביקורות.

**מסקנות:**

1. נושאי הפיתוח והעסקים הם המבוקשים ביותר וכן גם הרווחיים ביותר.
2. ההבדלים בין הממוצעים של משך הקורס בין הנושאים השונים אינם משמעותיים ולכן לא ניתן להסיק מהם על הפערים בין כמות הנרשמים בארבעת הנושאים.
3. כמות הנרשמים לקורסים ברמה הקשה ביותר היא הנמוכה ביותר. לא ניתן לדעת מהנתונים הקיימים אם כך הדבר עקב ההיצע הנמוך או הביקוש הנמוך.
4. ממוצע המחירים גבוה מהחציון ולכן ניתן לומר כי ישנם יותר מחירי קורסים נמוכים מאשר גבוהים. המחיר השכיח ביותר הינו המחיר הנמוך ביותר - 20$.
5. מהנתונים ניתן לשער שישנו ביקוש רב יותר לתוכן בתשלום וכן רווחי יתר למרצים ליצור תוכן בתשלום לעומת תוכן שבחינם.
6. העובדה שיש פי 2 יותר נרשמים לתוכן בתשלום יכולה להעיד על כך שנרשמים "תופשים" תוכן בתשלום כבעל ערך גבוה יותר ואיכותי יותר וכן שמשתמשים מוכנים להשקיע מכספם על מנת לשפר את השכלתם ויכולותיהם.
7. הכוונה מראש לתוכן בתשלום כחלק מהמודל העסקי של הפלטפורמה, לאור הנתונים, עובדת.
8. ממוצע הביקורות מצביע על כך שיש יותר ביקורות לתוכן ללא עלות לעומת מספר הנרשמים – יחס הפוך. ניתן להניח כי הממוצע מושפע מקורסים פופולאריים במיוחד שהינם ללא עלות ונמצאים בקצוות ולכן יש לערוך חישוב מדויק יותר בעזרת חציון על מנת לשקף את המידע בצורה "אמיתית יותר".

**סיכום והמלצות להמשך:**

Udemy הינה פלטפורמה בעלת מודל עסקי המכוון לקורסים בתשלום ואכן נראה כי המודל עובד. עם זאת, ישנם נושאים שבפער גדול אינם מבוקשים ולכן אינם רווחיים בהשוואה לפיתוח ברשת וכלכלה ועסקים.

המלצות:

1. הגדלת מספר הקורסים בנושאי המוזיקה והעיצוב גרפי. ייתכן שכדאי להשקיע בהיצע גדול יותר בנושאים אלו על מנת למשוך קהל רחב יותר וליצור תוכן יותר מגוון.
2. פרסום רב יותר, הנחות ומבצעים על הנושאים הפחות מבוקשים.
3. יותר הזדמנויות ופיתוח למרצים על מנת לשמור על רמה גבוהה בכל נושאי הפלטפורמה.
4. קבלת נתונים נוספים כדוגמת הוצאות על מנת לנתח את רווחיות הפלטפורמה. בנוסף, יש לקבל מידע על מודל התמחור של הפלטפורמה להמלצות נוספות.
5. מחקר נוסף על העדפות והתנהגות של סטודנטים על מנת לקבל יותר נתונים ולהבין טוב יותר למה קורסים מסוימים פופולאריים יותר מאחרים וכיצד לשפר את ההיצע ואת התרשמות המשתמש.