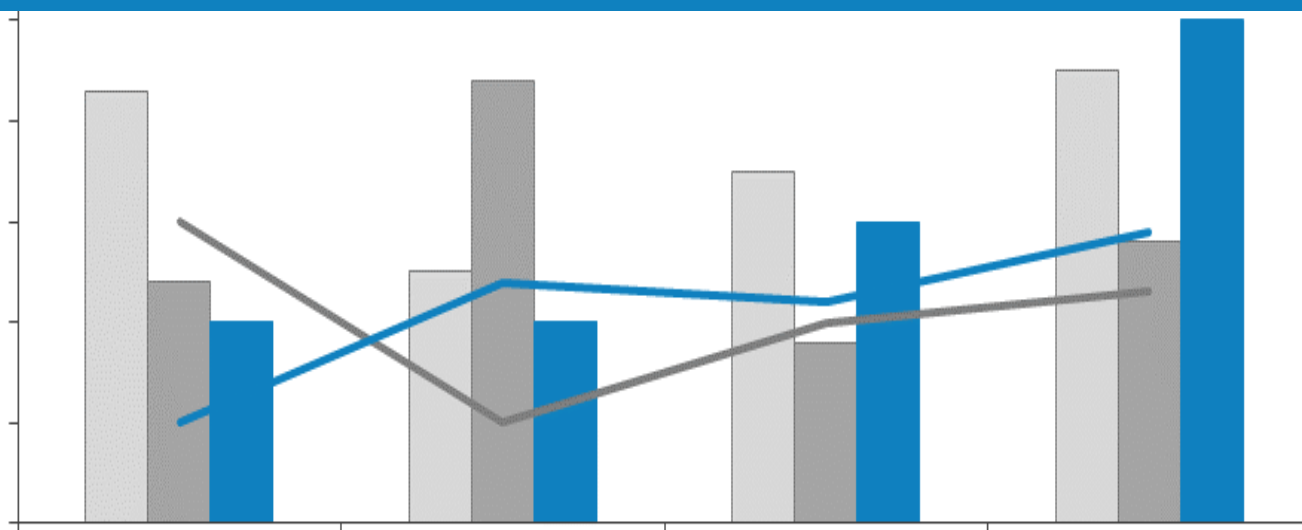




Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка образовательных и развивающих услуг для детей в России



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: <http://www.drgroup.ru/clients.html>

Наши клиенты, в том числе - крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования <http://www.drgroup.ru/reviews.html>

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малопригодной информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения.*

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируемом рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение и алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними.*

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERY Research Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Ad hoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт Компания, Профиль, РБК-Daily, Секрет фирмы и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Содержание	8
Список таблиц и диаграмм	10
Таблицы:	10
Диаграммы:	11
Резюме	12
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	14
Объект исследования	14
Цель исследования	14
Задачи исследования.....	14
Метод сбора и анализа данных	14
Источники получения информации	14
Объем и структура выборки.....	15
Глава 2. Классификация и основные характеристики образовательных и развивающих услуг для детей	16
Глава 3. Объем и темпы роста рынка образовательных и развивающих услуг для детей в России	21
Структура рынка по учреждениям	21
В стоимостном выражении	22
В натуральном выражении	26
Структура рынка по направлениям	28
Глава 4. Франчайзинг на рынке образовательных и развивающих услуг для детей	30
Сеть детских клубов раннего развития «Бэби-клуб».....	33
Сеть детских развивающих центров «Сема»	34
Международная сеть детских футбольных школ «Юниор»	34
ФК «Чемпионика»	34
Сеть развивающих центров «Центр Буракова»	34
Сеть центров ментальной арифметики «AMAKids»	34
Детский центр интенсивного развития «Точка Роста».....	34
Федеральная сеть образовательных центров «Юниум»	34
Сеть центров скорочтения, ментальной арифметики и каллиграфии «IQ007».....	34
Сеть центров ментальной арифметики «SmartyKids» Ошибка! Закладка не определена.	45

Глава 5. Конкурентный анализ рынка детских образовательных и развивающих услуг в России.....	35
Уровень конкуренции.....	35
Рыночные позиции компаний	35
<i>Раннее развитие</i>	35
<i>Интеллектуальное развитие</i>	36
<i>Языковое развитие</i>	36
<i>Спортивные школы</i>	36
<i>Маркетинговые решения</i>	36
Глава 6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка образовательных и развивающих услуг для детей в России	37
Переход к смешанной модели дополнительных образовательных услуг	37
Стремительный рост рынка центров детского развития и частных детских садов как результат слабого государственного сектора дошкольного образования.....	37
Зрелость рынка детских развивающих услуг	37
Дифференциация бизнес-моделей.....	37
Низкий профессионализм персонала и менеджмента многих заведений.....	37
Изменения потребительских предпочтений, повышение уровня осознанности при выборе услуг со стороны родителей.....	37
Развитие сферы онлайн-услуг в образовании.....	37
Внедрение системы персонифицированного финансирования посредством введения Сертификата на дополнительное образование	37
Рост конкуренции на рынке дополнительных образовательных услуг для детей	37
Включение родителей в образовательный процесс.....	65
Глава 7. Факторы развития рынка образовательных и развивающих услуг для детей в России	38
Программа государственной поддержки.....	38
Осознанность родителей	38
Значительный объем теневого сектора образовательных услуг	38
ЕГЭ как источник новых ниш	38
Глава 8. Потребительские предпочтения на рынке образовательных и развивающих услуг для детей в России	39
Социально-демографические характеристики потребителей.....	39
Факторы выбора услуг	39
Востребованность курсов для детей.....	40
3 – 4 года.....	40
5 – 6 лет.....	40
7 – 16 лет.....	40

Потенциал проникновения онлайн-образования	40
Каналы распространения информации	40

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 15 таблиц и 14 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Структура рынка образовательных и развивающих услуг по направлениям в России в 2014-2017 гг., шт., % от общего количества учреждений.

Таблица 2. Объем рынка образовательных и развивающих услуг в стоимостном выражении в зависимости от численности населения в городе в 2017 гг. в России, млрд. руб.

Таблица 3. Объем рынка образовательных и развивающих услуг по учреждениям в стоимостном выражении в 2017 гг. в России, млрд. руб., % от стоимостного выражения.

Таблица 4. Стоимостной объем рынка образовательных и развивающих услуг по направлениям в 2017 гг. в России, млрд. руб., % от стоимостного выражения.

Таблица 5. Аудитория дополнительных образовательных услуг в 2014-2017 гг. в России, млн. чел., % прироста.

Таблица 6. Аудитория рынка образовательных и развивающих услуг по различным направлениям в России в 2016гг., % от общего количества посещающих.

Таблица 7. Структура рынка образовательных и развивающих услуг по направлениям в России в 2017 гг., шт., % от натурального выражения.

Таблица 8. Крупнейшие франшизы рынка образовательных и развивающих услуг в России.

Таблица 9. Экспертная оценка Школ ментальной арифметики в России в 2016 г., среднее.

Таблица 10. Доли детских учреждений в объеме рынка услуг интеллектуального развития в России в 2017 гг., млн. и % от стоимостного выражения.

Таблица 11. Доли детских учреждений в объеме рынка услуг языкового развития в России в 2017 гг., млн. и % от стоимостного выражения.

Таблица 12. Доли детских учреждений в объеме рынка услуг интеллектуального развития в России в 2017 гг., млн. и % от стоимостного выражения.

Таблица 13. Распределение по возрастам детей в России, тыс. чел.

Таблица 14. Уровень значимости критериев выбора учреждения дополнительного образования, % значимости.

Таблица 15. Существующие логики выбора родителями образовательных и развивающих курсов для детей в России.

Диаграммы

Диаграмма 1. Структура рынка образовательных и развивающих услуг по учреждениям в России в 2014-2017 гг., % от общего количества учреждений.

Диаграмма 2. Стоимостный объем рынка образовательных и развивающих услуг в России в 2014-2017 гг., % от стоимостного выражения.

Диаграмма 3. Стоимостный объем рынка образовательных и развивающих услуг по учреждениям в России в 2017 гг., % от стоимостного выражения.

Диаграмма 4. Структура рынка образовательных и развивающих услуг по направлениям в России в 2017 гг., % от стоимостного выражения.

Диаграмма 5. Аудитория дополнительных образовательных услуг в 2014-2017 гг. в России, млн. чел., % прироста.

Диаграмма 6. Аудитория рынка образовательных и развивающих услуг по различным направлениям в России в 2016гг., % от общего количества посещающих.

Диаграмма 7. Доли стран во франчайзинге образовательных и развивающих услуг для детей в 2017гг., % от общего кол-ва.

Диаграмма 8. Доли детских учреждений в объеме рынка услуг раннего развития в России в 2017 гг., % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 9. Доли детских учреждений в объеме рынка услуг языкового развития в России в 2017 гг., % от стоимостного выражения.

Диаграмма 10. Доли детских учреждений в объеме рынка услуг спортивного развития в России в 2017 гг., % от стоимостного выражения.

Диаграмма 11. Востребованность направлений подготовки для детей 2-4 года в России в 2017 г., шт поисковых запросов в Яндекс в месяц, шт.

Диаграмма 12. Востребованность направлений подготовки для дошкольников в России в 2017 г., кол-во поисковых запросов в Яндекс в месяц, шт.

Диаграмма 13. Востребованность направлений подготовки для школьников в России в 2017 г., кол-во поисковых запросов в Яндекс в месяц, шт.

Диаграмма 14. Согласие родителей на обучение детей в режиме онлайн в России, % ответивших.

Резюме

В сентябре 2017 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка образовательных и развивающих услуг для детей в России.

На 2017 год в России насчитывается порядка 12 278 образовательных учреждений. Наиболее распространенными из них являются детские центры, школы развития и репетиторские центры. Следует учитывать, что в расчетах не учитываются теневые услуги.

По расчетам DISCOVERY Research Group объем рынка образовательных и развивающих услуг составляет 853,6 млрд. руб. При этом, доля дошкольного и дополнительного детского образования составляет 54%, около 461,0 млрд. руб., остальные 46 % и 392,6 млрд. руб. приходятся на сегмент дополнительного школьного образования и развивающих услуг.

Затраты родителей на дополнительное образование не превышает 30 000 рублей, а в среднем находится на отметке 22 667 рублей в год на одного ребенка. Напомним, что в расчетах мы руководствуемся не общим количеством детей, а долей именно занятых.

По данным ВЦИОМа в 2015 году 54,5% детей никогда не посещали дополнительные занятия. В 2016 году эта цифра составляла 49%. 2017 год – около 54% детей ходят на различного рода развивающие и образовательные занятия помимо детских садов и школ, что составляет 15,2 млн. человек.

Франчайзинг популярен при обучении и развитии творческих и интеллектуальных способностей детей. На 2017 год в России на данный момент существует около 83 франшиз, 90% франшиз, распространенных в России имеют собственное Российское происхождение, остальные 5% - проекты родом из Украины, США и Великобритании. При этом, сфера продаж распространяется не только на свои страны, но также на страны СНГ и ближнего зарубежья.

Инвестиции в открытие детских центров франчайзеры обозначают самые разные. Минимальная стартовая сумма варьируется от 150 тыс. до 3,5 млн. рублей. Зависеть этот показатель может от множества элементов, начиная с формата центра, объема помещения и региона открытия. Иногда компании отдельно продают лишь инструкции по

открытию бизнеса – для тех, кто хочет действовать самостоятельно под собственным брендом.

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Объект исследования

Рынок образовательных и развивающих услуг для детей в России.

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка образовательных и развивающих услуг для детей в России.

Задачи исследования

1. Определить объем рынка образовательных и развивающих услуг для детей в России.
2. Определить объем франчайзинга образовательных и развивающих услуг для детей.
3. Выделить и описать основные сегменты рынка образовательных и развивающих услуг для детей в России.
4. Охарактеризовать конкурентную ситуацию на рынке образовательных и развивающих услуг для детей в России.
5. Определить ключевые тенденции и перспективы развития рынка образовательных и развивающих услуг для детей в России в ближайшие несколько лет.
6. Определить ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка образовательных и развивающих услуг для детей в России.
7. Определить факторы, препятствующие росту рынка образовательных и развивающих услуг для детей в России.
8. Охарактеризовать предпочтения потребителей образовательных и развивающих услуг для детей.

Метод сбора и анализа данных

Основным методом сбора данных является мониторинг документов.

В качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке канцелярских принадлежностей и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы и базы данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

Глава 2. Классификация и основные характеристики образовательных и развивающих услуг для детей

В условиях рыночной экономики деятельность системы образования как социального института, обеспечивающего воспроизводство интеллектуально-культурного потенциала общества, выступает как образовательная услуга, принимающая товарную форму и, следовательно, имеющая свою потребительную стоимость и цену и, как любой товар, способная становиться объектом сбыта и маркетинга. На фоне того, как концепция бесплатного государственного образования все больше теряет доверие родителей, свое развитие получают частные центры и клубы для детей. Количество их с каждым годом растет благодаря постепенно выравнивающейся демографической ситуации и поддержке государства. Рынок дополнительного образования в России является, с одной стороны, несбалансированным, а с другой стороны, по большинству программ - высоко конкурентным. Курсы могут иметь одинаковые названия и обладать абсолютно разным объемом и содержанием, предоставляемым в течение нескольких часов, недель и месяцев.

В проекте Закона РФ «Об образовании» дополнительное образование определяется как целенаправленный процесс воспитания и обучения посредством реализации образовательных программ, оказания дополнительных образовательных услуг и иной информационно-образовательной деятельности за пределами основных образовательных программ в интересах человека, общества и государства.

В «Типовом положении об образовательном учреждении дополнительного образования детей» учреждение дополнительного образования определяется как образовательное учреждение, главное предназначение которого – развитие мотивации личности к познанию и творчеству; реализация дополнительных программ услуг в интересах личности, общества, государства. Основными задачами деятельности учреждения, а отсюда развития всей системы дополнительного образования являются:

- обеспечение необходимых условий для личностного развития,
- укрепления здоровья и профессионального самоопределения, творческого труда детей и молодежи в возрасте преимущественно от 6 до 18 лет;
- адаптация их к жизни в обществе;
- формирование общей культуры;

- организация содержательного досуга.

Таким образом, образовательная услуга включает в себя функции обучения, воспитания и развития детей. Дети являются объектом повышенного внимания. Их обеспечивают, воспитывают, развивают, вкладывают в образование. К их подготовке родители предъявляют достаточно высокие требования, следствием чего становится постоянное расширение рынка дополнительных образовательных услуг. По данным НИ ВШЭ на 2015 год общий охват дополнительным образованием детей в возрасте от 5 до 18 лет составляет 68% от общей численности детей соответствующего возраста.

Существуют следующие виды учреждений:

1. Центры – это учреждения, в структуре которого заложен механизм, обеспечивающий работу филиалов и координирующий реализацию их программ, продолжающих или углубляющих единое образовательное пространство. Такими филиалами могут быть театр, студия, мастерская, станция, клуб, школа, музей.

2. Школа – это система взаимосвязанных, преемственных программ одного профиля, позволяющих обучающимся освоить (самостоятельно выбрать) тот или иной уровень образования. Как правило, такие школы решают комплексные и разноуровневые задачи поэтапной допрофессиональной или начальной профессиональной подготовки. Школы отличает наличие примерных образовательных программ, ориентированных на базовые знания, навыки, умения, учебный план, учитывающий пожелания детей и родителей по созданию факультативов, организации индивидуальной работы и консультаций; обязательной системы промежуточной и итоговой аттестации обучающихся с выдачей соответствующего итогового документа, подтверждающего полученный уровень образования.

Школа представляет собой такой вид образовательного учреждения, программы которого могут различаться по следующим основаниям:

- уровню (коррекционные, базовые, продвинутые);
- ступеням обучения (начальное, основное, профессиональное);
- профилю (физико-математический, биолого-химический, гуманитарный и т.д.).

Для школ дополнительного образования детей характерна длительная совместная творческая деятельность детей и педагогов (4-5-летние и более длительные программы), которая представлена совместными достижениями и традициями, особыми атрибутами и символами, наличием преемственности между ступенями обучения и поколениями педагогов и учащихся. У школ есть свой менталитет, закрепленный культурой, особым стилем жизнедеятельности.

3. Дворец – самодостаточное учреждение дополнительного образования детей с гибкой организационной структурой, работа которого направлена на обеспечение собственного образовательного процесса, исходя из запросов социального окружения и его статуса (городское, областное и пр.).

4. Клуб – объединение детей и педагогов, созданное в целях общения, связанного с политическими, научными, художественными, спортивными или другими интересами, а также для отдыха и развлечения.

Типология клубов еще полностью не разработана, но различают клубы по масштабам деятельности (многопрофильные и однопрофильные); по преобладающим видам деятельности (учебные, дискуссионные, творческие и др.); по степени организованности (официальные и неформальные). В дополнительном образовании детей клуб может стать видом образовательного учреждения при условии наличия в нем длительных, многоуровневых программ профессионального самоопределения с адекватным методическим обеспечением, своеобразной социокультурной технологией воспитания и социализации. Продуманная и целенаправленно организованная деятельность клуба как общение единомышленников, союзников, равных и самостоятельных, позволяет в привлекательной, ненавязчивой форме утверждать ценности образования, здоровья, личной свободы, ценности традиций и истории, ценность другого человека и т.д.

Виды клубов зависят от тематического поля, которое ими занято: Клуб юных моряков, речников, авиаторов, космонавтов, парашютистов, десантников, пограничников, радистов, пожарных, автомобилистов, детский подростковый, детский экологический (эколого-биологический), юных натуралистов, детского и юношеского технического творчества юных техников, детского и юношеского туризма и экскурсии (юных туристов),

детско-юношеский физической подготовки. Помимо этого, они могут сочетать в себе несколько тематик.

5. Станция – профильное учреждение дополнительного образования, специально оборудованное для обучения по профильным программам и ведения наблюдения, исследования по определенному направлению, а также организующее временные профильные учреждения дополнительного образования (лагеря).

Виды станций:

- Станция юных натуралистов;
- Станция детского (юношеского) технического творчества (научно-технического, юных техников);
- Станция детская экологическая (эколого-биологическая);
- Станция детского и юношеского туризма и экскурсий (юных туристов).

6. Детский парк – тип учреждения, основное предназначение которого – реализация дополнительных образовательных программ и услуг в природной среде, на территории парковой зоны.

7. Технопарк – тип учреждения, функция которого заключается в том, чтобы выявлять талантливых детей и заранее готовить кадры по научно-техническим и инженерным специальностям. Иными словами, выполняют профориентационную роль.

8. Услуги дистанционного обучения – онлайн-обучение посредством различного рода компьютерных игр и интерактивов.

Отдельной, «теневой» формой обучения является **частное репетиторство**, оно относится к дополнительному школьному образованию. По оценке основателя сервиса Preply Кирилла Бигая, в 2015 году рынок репетиторских услуг оценивается примерно в 15 млрд. руб, воспользоваться данными услугами могли себе позволить около 40% родителей. К 2017 году оценка резко снизилась в 2 раза и теперь составляет около 7,5 млрд.. рублей.

Помимо организационных форм, учреждения также различны по тематическим направлениям, которые они реализуют. К основным тематическим направлениям можно отнести:

- Изучение иностранных языков (преимущественно, английский язык);

- Интеллектуальное развитие (занимательная физика и химия, роботостроение, шахматы, ментальная арифметика, скорочтение);
- Физическое воспитание (фитнес, борьба, танцевальное направление);
- Творческое развитие (музыкальное, художественное, театральное);
- Профориентация (выбор будущей профессии и базовое её изучение).
- Дошкольная/довузовская подготовка

Выше мы описали образовательные и развивающие образовательные структуры, имеющие распространение в России. Но так же имеет смысл отметить, что определенную долю рынка образовательных услуг для детей занимает так называемое «коррекционное» или «инклюзивное обучение». Его суть заключается в обеспечении обучающимся с интеллектуальными и/или физическими отклонениями в развитии обучение, воспитание, лечение, способствующее их социальной адаптации и интеграции в общество. Ключевыми направлениями коррекционного образования являются:

1. Сурдопедагогика
2. Логопедия
3. Тифлопедагогика
4. Специальная психология
5. Олигофренопедагогика

Как правило, данный тип образовательной услуги характерен для специальных и общеобразовательных школ, но существуют и отдельные учреждения – целые коррекционные центры, а также оказываются наравне с другими в клубах и мультидисциплинарных центрах.

Глава 3. Объем и темпы роста рынка образовательных и развивающих услуг для детей в России

Структуру рынка образовательных и развивающих услуг для детей мы будем описывать двумя способами: с позиции учреждений и с позиции тематических направлений, представленных на этом рынке.

Структура рынка по учреждениям

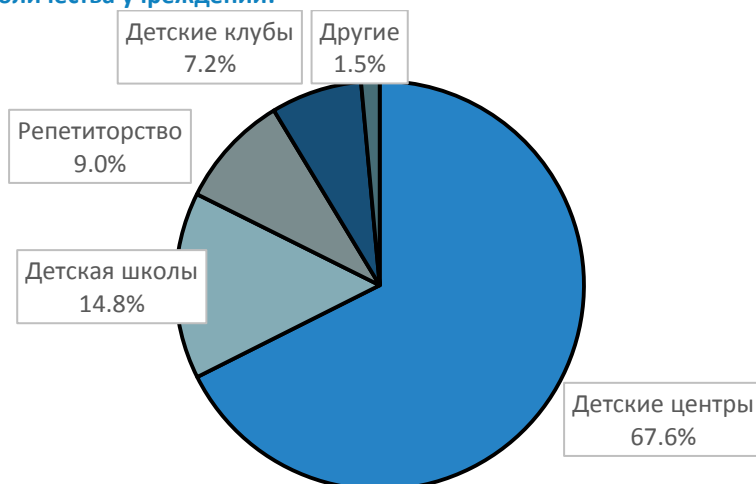
На 2017 год в России насчитывается порядка 12 278 образовательных учреждений. Наиболее распространенными из них являются детские центры, школы развития и репетиторские центры. Следует учитывать, что в расчетах не учитываются теневые услуги.

Таблица 1. Структура рынка образовательных и развивающих услуг по направлениям в России в 2014-2017 гг., шт, % от общего количества учреждений.

Тип учреждения	Шт.	Доля
Технопарки		
Детские центры		
Детские клубы		
Станции		
Детская школы		
Дворцы		
Услуги дистанционного обучения		
Репетиторство		
Итого		

Расчеты DISCOVERY Research Group на основе данных 2Гис

Диаграмма 1. Структура рынка образовательных и развивающих услуг по учреждениям в России в 2014-2017 гг., % от общего количества учреждений.



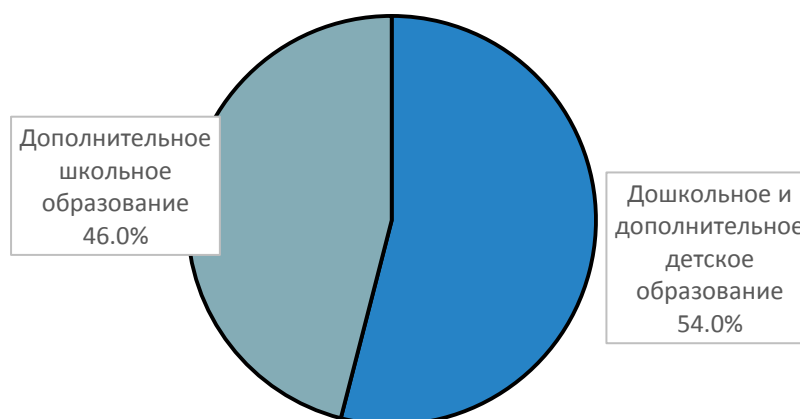
Расчеты DISCOVERY Research Group на основе данные 2Гис

В стоимостном выражении

По данным Нетология-групп совокупный объем рынка дополнительных образовательных услуг для детей от 0 до 6 лет на 2017 год составляет млрд. руб. В дальнейшем они прогнозируют его рост до млрд. руб. В 2016 г. родители детей, посещающих государственные детские сады, заплатили этим учреждениям за дополнительные образовательные услуги в общей сложности млрд. руб. Между тем частные детские сады, при значительно более скромном числе воспитанников, получили от их родителей за дополнительные занятия млрд. руб. К 2021 г. ожидается увеличения обоих показателей — до млрд. руб. и млрд. руб. соответственно. Средний месячный чек за дополнительное образование для детей сейчас составляет порядка 1,5 тыс. руб. по стране при средней интенсивности занятий пять месяцев в году.

По расчетам DISCOVERY Research Group объем рынка образовательных и развивающих услуг составляет 853,6 млрд. руб. При этом, доля дошкольного и дополнительного детского образования составляет 54%, около 461,0 млрд. руб, остальные 46 % и 392,6 млрд. руб приходятся на сегмент дополнительного школьного образования и развивающих услуг.

Диаграмма 2. Стоимостный объем рынка образовательных и развивающих услуг в России в 2014-2017 гг., кол-ве чел. и % от стоимостного выражения.



Расчеты DISCOVERY Research Group

Затраты родителей на дополнительное образование не превышает 30 000 рублей, а в среднем находится на отметке 22 667 рублей в год на одного ребенка. Напомним, что в расчетах мы руководствуемся не общим количеством детей, а долей именно занятых.

В зависимости от населенности города, стоимостный объем услуг изменяется. Это зависит как от численности города, так и от средней стоимости образовательных и развивающих услуг. Так, разница в стоимости услуг между городами-миллионниками и малыми городами достигает 50%.

Таблица 2. Объем рынка образовательных и развивающих услуг в стоимостном выражении в зависимости от численности населения в городе в 2017 гг. в России, млрд. руб.

Тип города	При учете средней стоимости услуг	При учете средних затрат семьи на 1 ребенка
Крупнейшие города (свыше 1 млн)		
Крупные города (500 тыс. - 1 млн)		
Крупные города (250 тыс. - 500 тыс.)		
Большие города (100 тыс. - 250 тыс.)		
Средние города (50 тыс. - 100 тыс.)		
Малые города (10 тыс. - 50 тыс.)		
Очень малые города (менее 10 тыс.)		
Москва		
Санкт-Петербург		
Итого		

Расчеты DISCOVERY Research Group

Стоимостный объем, рассчитанный на основе средней цены на услуги образовательных и развивающих учреждений, представляется нам более точным, так как он учитывает динамику стоимости услуг в зависимости от размера города.

Значительную долю финансирования имеют детские центры, школы и учреждения, предоставляющие репетиторские услуги. Несмотря на то, что сфера дистанционного образования постепенно растет, её доля сравнительно мала.

Таблица 3. Объем рынка образовательных и развивающих услуг по учреждениям в стоимостном выражении в 2017 гг. в России, млрд. руб., % от стоимостного выражения.

Тип учреждения	Млрд. руб.	Доля
Технопарки		
Детские центры		
Детские клубы		
Станции		
Детская школа		
Дворцы		
Услуги дистанционного обучения		
Репетиторство		
Итого		

Расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 3. Стоимостный объем рынка образовательных и развивающих услуг по учреждениям в России в 2017 гг., % от стоимостного выражения.



Расчеты DISCOVERY Research Group

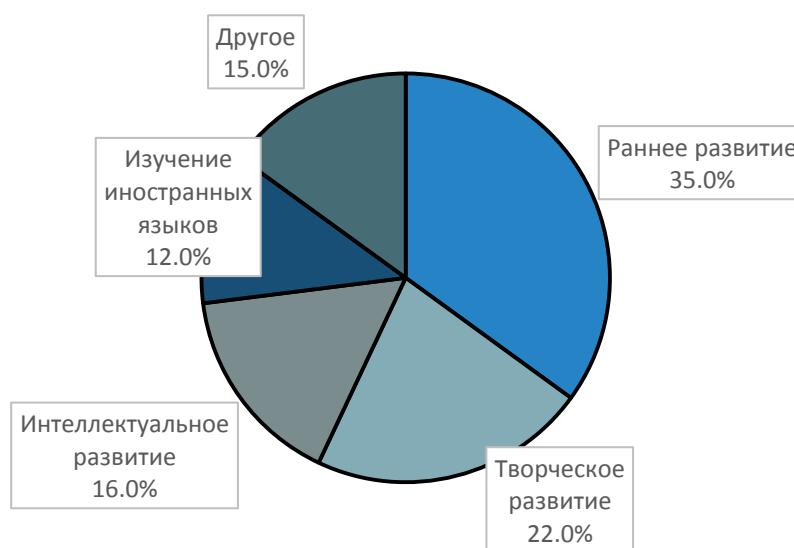
Наибольший стоимостной объем характерен для сферы раннего развития, а также творческого направления, что связано, прежде всего, с высоким спросом на данные услуги.

Таблица 4. Стоимостной объем рынка образовательных и развивающих услуг по направлениям в 2017 гг. в России, млрд. руб., % от стоимостного выражения

Тип направления	Млрд. руб.	Доля
Изучение иностранных языков		
Интеллектуальное развитие		
Физическое воспитание		
Творческое развитие		
Профориентация		
Дошкольная/довузовская подготовка		
Раннее развитие		
Коррекционное развитие		
Итого		

Расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 4. Структура рынка образовательных и развивающих услуг по направлениям в России в 2017 гг., % от стоимостного выражения



Расчеты DISCOVERY Research Group

Расчеты аналитиков DISCOVERY Research Group значительно отличаются от данных объема рынка, приведенных компанией Нетология-групп. Это связано с тем, что Нетология-групп при анализе рынка образовательных и развивающих услуг ориентируются, прежде всего, на сферу дополнительных услуг, представленных детскими

садами и услугами дополнительного образования для школьников, исключая при этом сферу развивающих детских услуг, представленных различными творческими, спортивными и интеллектуальными направлениями, в то время, как аналитики DISCOVERY Research Group учитывают все эти категории. Кроме того, аналитики DISCOVERY Research Group также учитывают разницу в ценовых сегментах на дополнительные услуги. Так, средний чек на услуги составляет около 750 рублей вместо 1000 рублей по расчетам Нетология-групп.

В натуральном выражении

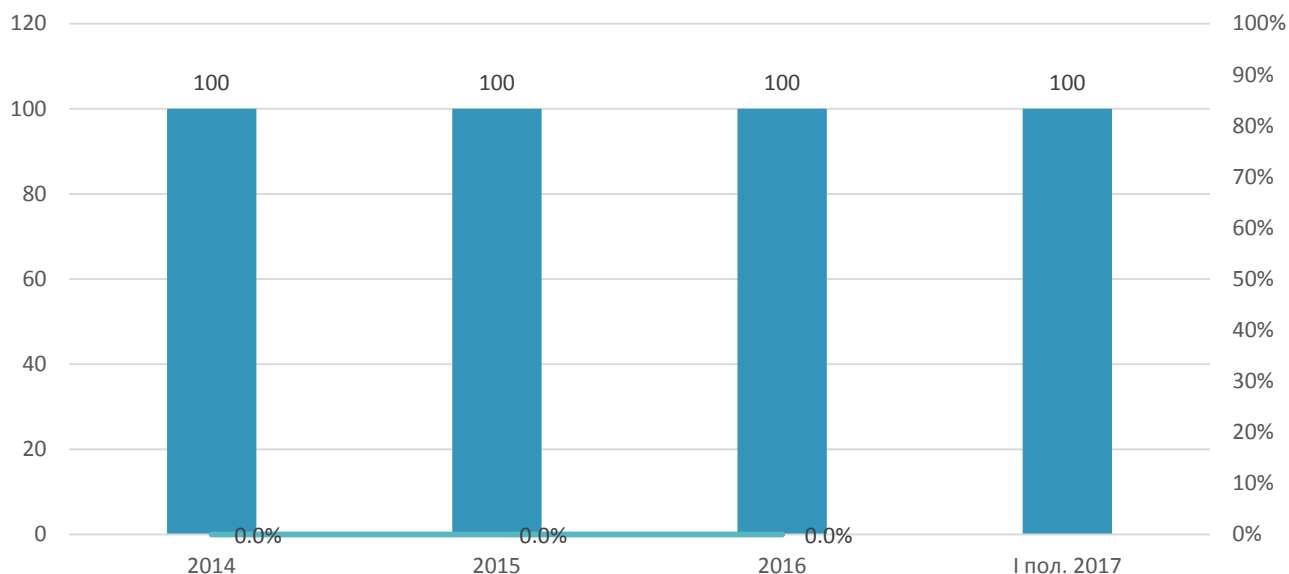
По данным Нетология-групп аудитория рынка дополнительного детского образования на 2016 год — приблизительно 4,8 млн детей в возрасте 0 – 6 лет. Из них 2,6 млн посещают дополнительные занятия в детских садах. Предположительно, число воспитанников детских садов, получающих дополнительное образование, к 2021 г. достигнет 5,5 млн человек.

По данным ВЦИОМа в 2015 году 54,5% детей никогда не посещали дополнительные занятия. В 2016 году эта цифра составляла 49%. 2017 год – около 54% детей ходят на различные рода развивающие и образовательные занятия помимо детских садов и школ.

Таблица 5. Аудитория дополнительных образовательных услуг в 2014-I пол. 2017 гг. в России, млн. чел., % прироста.

	2014	2015	2016	I пол. 2017
Количество детей в возрасте 0-16 лет				
Никогда не посещали				
Посещают в данный момент				
% прироста				

Расчеты DISCOVERY Research Group по данным ВЦИОМ

Диаграмма 5. Аудитория дополнительных образовательных услуг в 2014-2017 гг. в России, млн. чел., % прироста.

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ВЦИОМ

Важно проанализировать структуру рынка по образовательным учреждениям. Наиболее востребованными в 2016 году являлись услуги и физического воспитания, менее – и занятия. Отметим, что зачастую дети посещают не один, а несколько курсов одновременно.

Таблица 6. Аудитория рынка образовательных и развивающих услуг по различным направлениям в России в 2016гг., % от общего количества посещающих.

Направление	Посещали в этом году	Никогда не посещал
Изучение иностранных языков		
Интеллектуальное развитие		
Физическое воспитание		
Творческое развитие		
Профориентация		
Дошкольная/довузовская подготовка		
Раннее развитие		
Коррекционное развитие		

Расчеты DISCOVERY Research Group по данным НИ ВШЭ

Диаграмма 6. Аудитория рынка образовательных и развивающих услуг по различным направлениям в России в 2016гг., % от общего количества посещающих.



Расчеты DISCOVERY Research Group по данным НИ ВШЭ

Расчеты аналитиков DISCOVERY Research Group отличаются от данных объема рынка в натуральном выражении, приведенных компанией Нетология-групп. Это связано с тем, что Нетология-групп при анализе рынка образовательных и развивающих услуг оперируют количеством детей, занятых дошкольным образованием, т.е. ходят в детские сады. Аналитики DISCOVERY Research Group в своих расчетах руководствуются общим количеством целевой аудитории, в которую входят так же дети на домашнем обучении и не обращающиеся к услугам детских садов.

Структура рынка по направлениям

На рынке детских образовательных услуг представлено 8 ключевых направлений услуг. Они существуют (оказываются) как каждая по отдельности, так и в комплексе в составе детских центров и клубов.

Таблица 7. Структура рынка образовательных и развивающих услуг по направлениям в России в 2017 гг., шт., % от натурального объема.

Тип направления	Шт.	Доля
Изучение иностранных языков		
Интеллектуальное развитие (занимательная физика и		

химия, роботостроение, шахматы, ментальная арифметика, скорочтение)		
Физическое воспитание (фитнес, борьба, танцевальное направление)		
Творческое развитие (музыкальное, художественное, театральное)		
Профориентация (выбор будущей профессии и базовое её изучение)		
Дошкольная/довузовская подготовка		
Раннее развитие		
Коррекционное развитие		
Итого		

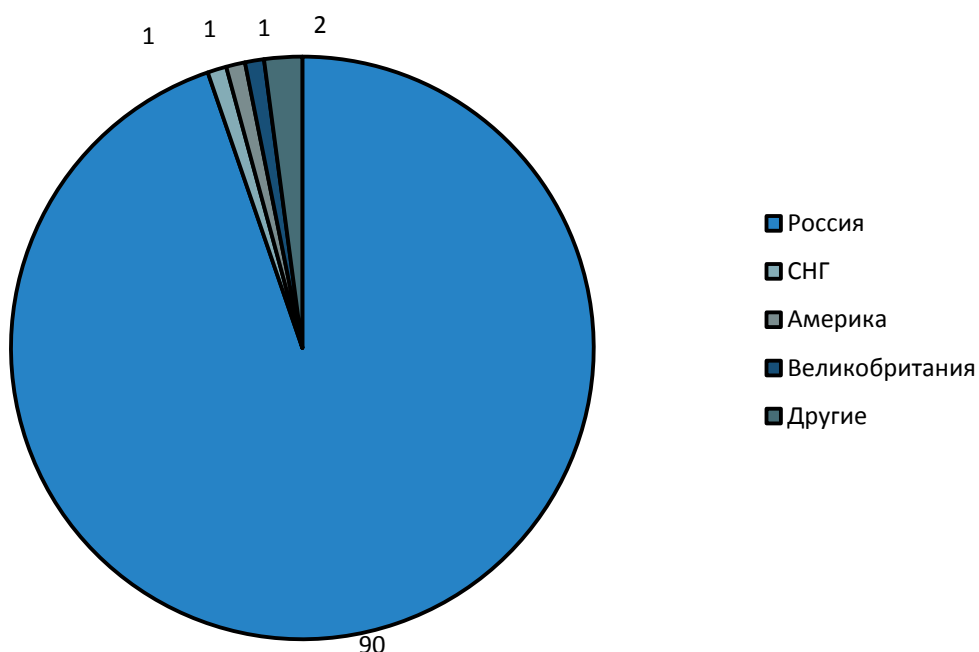
Расчеты DISCOVERY Research Group на основе данных 2Гис

В целом направления представлены на рынке неравномерно. Наиболее распространенными являются услуги и развития (преимущественно, и курсы), далее (..... и), курсы.

Глава 4. Франчайзинг на рынке образовательных и развивающих услуг для детей

Франчайзинг популярен при обучении и развитии творческих и интеллектуальных способностей детей. На 2017 год в России на данный момент существует около 83 франшиз, 90% франшиз, распространенных в России имеют собственное Российское происхождение, остальные 5% - проекты родом из Украины, США и Великобритании. При этом, сфера продаж распространяется не только на свои страны, но также на страны СНГ и ближнего зарубежья.

Диаграмма 7. Доли стран во франчайзинге образовательных и развивающих услуг для детей в 2017гг., % от общего кол-ва.



Расчеты DISCOVERY Research Group по данным TopFranchise

Инвестиции в открытие детских центров франчайзеры обозначают самые разные. Минимальная стартовая сумма варьируется от 150 тыс. до 3,5 млн. рублей. Зависеть этот показатель может от множества элементов, начиная с формата центра, объема помещения и региона открытия. Иногда компании отдельно продают лишь инструкции по открытию бизнеса – для тех, кто хочет действовать самостоятельно под собственным брендом. К примеру, такой пакет, стоимостью 150 тыс. рублей продает центр развития детей «Точка роста».

Проведя обзор детских центров, рекламирующих свои услуги в интернете, можно выделить 10 следующих крупнейших российских франшиз в дошкольном и развивающем образовании, ныне действующих на российском рынке.

Таблица 8. Крупнейшие франшизы рынка образовательных и развивающих услуг в России.

Параметр сравнения	Бэби-клуб	Сема	Юниор	Чемпионика	Центр Буракова	AMAKids	Точка роста	Юниум	IQ007	SmartyKids
Страна происхождения франшизы										
Владелец франшизы										
Год начала франчайзинговой деятельности										
Страны										
Собственные объекты										
Франчайзинговые объекты										
Форматы франшизы										
Инвестиции										
Вступительный взнос										
Срок окупаемости инвестиций										
Требования к площади										
Регулярные отчисления										
Прочие платежи и отчисления										
Прибыль										

Источник: данные TopFranchise

Сеть детских клубов раннего развития «Бэби-клуб»

«Бэби-клуб» использует эффективные и проверенные методики раннего развития. Основная часть клубов расположена в Москве, Московской области, Санкт-Петербурге и Самаре, но представительства есть и во многих других городах России, а также за рубежом – в Казахстане и ОАЭ.

Преимущества данной франшизы:

- готовые бизнес-модели: франчайзер предоставляет собственные наработки, стандарты и технологии открытия и ведения бизнеса, индивидуальный план развития, долгосрочный характер бизнес-отношений;
- никаких дополнительных платных услуг;
- уникальные методики в сфере раннего развития;
- известный бренд и федеральная поддержка Управляющей компании;
- непрерывный процесс обучения и обмена опытом;
- работа в команде под руководством Евгении Белонощенко, предпринимателя года в номинации "Образование и развитие" по версии Ernst&Young.

Отзывы:

Плюсы

1. Постоянная консультационная поддержка на протяжении всего времени работы.
2. Обучение особенностям бизнеса.
3. Собственное программное обеспечение для учета клиентов и управления.
4. Предоставляется методическая база для занятий.
5. Возможность выбора несколько вариантов ведения бизнеса.
6. Бизнес, актуальный практически в любом городе, где есть проблема нехватки мест в детских садах.
7. Большой выбор сценариев для проведения занятий.
8. Технологии обучения, тщательно отработанные в течение нескольких лет.

9. Множество плюсов по сравнению с другими подобными предложениями на рынке.

Минусы

1. Высокий объем инвестиций на первоначальном этапе, долгий срок окупаемости.
2. Необходим самостоятельный поиск клиентов.
3. Жесткие требования к франчайзи и подбору сотрудников.

Сеть детских развивающих центров «Сема»

Международная сеть детских футбольных школ «Юниор»

ФК «Чемпионика»

Сеть развивающих центров «Центр Буракова»

Сеть центров ментальной арифметики «AMAKids»

Детский центр интенсивного развития «Точка Роста»

Федеральная сеть образовательных центров «Юниум»

Сеть центров скорочтения, ментальной арифметики и каллиграфии «IQ007»

Глава 5. Конкурентный анализ рынка детских образовательных и развивающих услуг в России

Уровень конкуренции

На 2017 год в России насчитывается более 11 тысяч учреждений, предоставляющих образовательные и развивающие услуги для детей, их количество постоянно, что связано с факторами, описанными в главе 7.

На данный момент рынок образовательных и развивающих услуг в целом подобными услугами. Согласно прогнозам экспертов со временем на рынке платных образовательных услуг произойдет определенная коррекция: хотя новые центры продолжают открываться и дальше, однако мелкие нелегализованные игроки постепенно уйдут с площадки, не выдержав соперничества с более сильными и квалифицированными конкурентами.

Рыночные позиции компаний

Раннее развитие

В России на 2017 год насчитывается детских центров, из которых предоставляют услуги раннего развития. Ключевыми игроками на рынке являются сетевые центры. Как правило, они же являются ключевыми поставщиками франшизы.

Лидером рынка является «.....», предоставляющий услуги развития для детей от 8 месяцев до 7 лет. У «.....» на 2017 год «.....» филиалов, ещё «.....» планируется к открытию в 2018 году. Доля на рынке составляет %, а выручка составляет около млрд. руб. в год. Помимо этого, «.....» является одним из популярнейших в мире франчайзеров, предоставляющих выгодные условия.

На втором месте сеть развивающих детских центров «.....», и сеть «.....», их рыночная доля составляет %.

Остальные детские центры, представляющие услуги раннего развития, несмотря на немалую выручку, имеют сравнительно небольшую долю на рынке.

Таблица 9. Доли детских учреждений в объёме рынка услуг раннего развития в России в 2017 гг., % от стоимостного объема.

Школа	Количество	Кол-во	Кол-во	Выручка	Выручка	Доля на
-------	------------	--------	--------	---------	---------	---------

	детей в год	своих точек	франшиз	(мес.)	(год)	рынке
Точка роста						
Сема						
Крошка Ру						
Бэби-клуб						
Созвездие						
ЯСАМ						

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Интеллектуальное развитие

Языковое развитие

Спортивные школы

Маркетинговые решения

Следует отметить, что у рынка школьного и дополнительного образования в России большой потенциал. На рынке образования пока мало готовых решений, но уже есть сформированные потребности, заинтересованная возобновляемая аудитория и яркие примеры удачных проектов.

Глава 6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка образовательных и развивающих услуг для детей в России

Переход к смешанной модели дополнительных образовательных услуг

Стремительный рост рынка центров детского развития и частных детских садов как результат слабого государственного сектора дошкольного образования.

Зрелость рынка детских развивающих услуг

Дифференциация бизнес-моделей

Низкий профессионализм персонала и менеджмента многих заведений.

Изменения потребительских предпочтений, повышение уровня осознанности при выборе услуг со стороны родителей

Развитие сферы онлайн-услуг в образовании

Внедрение системы персонифицированного финансирования посредством введения Сертификата на дополнительное образование

Рост конкуренции на рынке дополнительных образовательных услуг для детей

Глава 7. Факторы развития рынка образовательных и развивающих услуг для детей в России

Программа государственной поддержки

Осознанность родителей

Значительный объем теневого сектора образовательных услуг

ЕГЭ как источник новых ниш

Глава 8. Потребительские предпочтения на рынке образовательных и развивающих услуг для детей в России

Социально-демографические характеристики потребителей

Потребителями образовательных и развивающих услуг традиционно являются дети в возрасте 0-16 лет. Анализируя ежегодную динамику численности детей, мы наблюдаем её, а следовательно, и спроса на образовательные и развивающие услуги.

Таблица 9. Распределение по возрастам детей в России, тыс.чел.

Возраст	2014	2015	2016	2017
0-2 года				
3-4 года				
5-6 лет				
7-16 лет				
Итого				
% прироста				

Источник: Расчеты DISCOVERY Research Group по данным Demoscope

В рамках нашего исследования мы условно разделили потребителей на несколько возрастных групп:

- 0 – 2 года – для этой возрастной категории актуальными являются услуги раннего развития, но, как правило, родители предпочитают в этом возрасте развивать их самостоятельно;
- 3 – 4 года – для этой возрастной категории актуальными являются услуги раннего развития, а также развития их творческого и интеллектуального потенциала;
- 5 – 6 лет – для этой возрастной категории актуальными являются услуги подготовки к школе;
- 7 – 16 лет – для этой возрастной категории актуальными являются услуги дополнительного образования – репетиторства.

Факторы выбора услуг

Исследователи Высшей школы экономики выделили несколько категорий факторов, основываясь на которых родители и дети выбирают те или иные

дополнительные развивающие услуги. Эти категории относятся как в внутренней среде, т.е. характеризуют сами услуги, так и к внешней.

Востребованность курсов для детей.

3 – 4 года

5 – 6 лет

7 – 16 лет

Потенциал проникновения онлайн-образования

Каналы распространения информации

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (495) 601-91-49, (495) 968-13-14

Факс: +7 (495) 601-91-49

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

