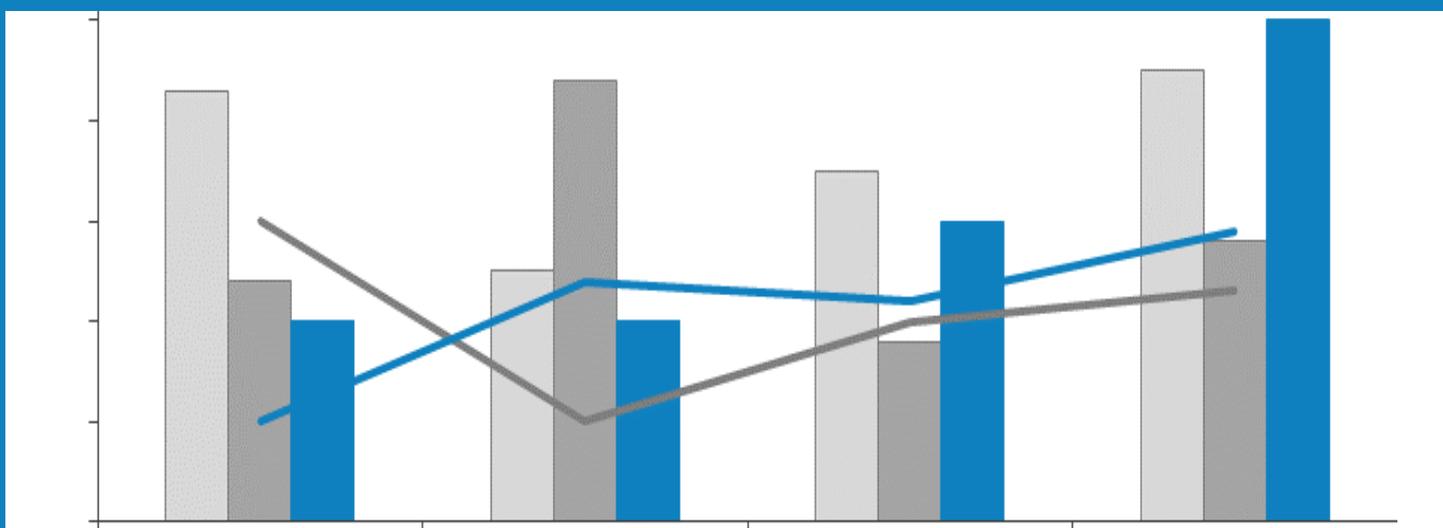




Аналитический отчет

DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка детских внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.



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 малоприменимой 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:	12
Резюме	13
Глава 1. Технологические характеристики исследования.....	14
Объект исследования	14
Цель исследования	14
Задачи исследования.....	14
Метод сбора и анализа данных	14
Источники получения информации	15
Объем и структура выборки.....	15
Глава 2. Классификация и основные характеристики внеклассных развивающих услуг для детей	16
Глава 3. Объем и темпы роста рынка внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.....	17
Структура рынка по учреждениям	17
<i>В натуральном выражении</i>	<i>17</i>
<i>В стоимостном выражении</i>	<i>20</i>
Структура рынка по направлениям	23
<i>В натуральном выражении</i>	<i>23</i>
<i>В стоимостном выражении</i>	<i>25</i>
Глава 4. Франчайзинг на рынке образовательных и развивающих услуг для детей	26
<i>Сеть детских клубов раннего развития «Бэби-клуб».....</i>	<i>30</i>
<i>Сеть детских развивающих центров «Сема»</i>	<i>31</i>
<i>Международная сеть детских футбольных школ «Юниор»</i> Ошибка! Закладка не определена.	
<i>ФК «Чемпионика»</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Сеть развивающих центров «Центр Буракова»</i>	<i>Ошибка! Закладка не определена.</i>
<i>Сеть центров ментальной арифметики «АМАKids»</i> Ошибка! Закладка не определена.	
<i>Детский центр интенсивного развития «Точка Роста»</i> Ошибка! Закладка не определена.	

Федеральная сеть образовательных центров «Юниум» **Ошибка!** **Закладка не определена.**

Сеть центров скорочтения, ментальной арифметики и каллиграфии «IQ007» **Ошибка! Закладка не определена.**

Сеть центров ментальной арифметики «SmartyKids» **Ошибка!** **Закладка не определена.**

Детская хореографическая школа «Русский балет» **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 5. Конкурентный анализ рынка детских образовательных и развивающих услуг в России..... 32

Уровень конкуренции.....32

Рыночные позиции компаний32

Раннее развитие32

Интеллектуальное развитие34

Языковое развитие34

Спортивные школы.....34

Маркетинговые решения.....34

Глава 6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге..... 35

Программа «Театр в школе» в Москве35

Переход к смешанной модели дополнительных образовательных услуг36

Стремительный рост рынка центров детского развития и частных детских садов как результат слабого государственного сектора дошкольного образования.....36

Взаимодействие организаций дополнительного образования со школами36

Зрелось рынка детских развивающих услуг36

Дифференциация бизнес-моделей36

Низкий профессионализм персонала и менеджмента многих заведений.....36

Изменения потребительских предпочтений, повышение уровня осознанности при выборе услуг со стороны родителей.....36

Развитие сферы онлайн-услуг в образовании.....37

Внедрение системы персонифицированного финансирования посредством введения Сертификата на дополнительное образование37

Рост конкуренции на рынке дополнительных образовательных услуг для детей37

Включение родителей в образовательный процесс37

Глава 7. Факторы развития рынка внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге..... 38

Значительный объем теневого сектора образовательных услуг38

Законодательные нормы, регулирующие деятельность38

Государственная программа города Москвы «Развитие образования города Москвы» 38

План мероприятий «Кружковое движение» НТИ39

ЕГЭ как источник новых ниш	39
Глава 8. Потребительские предпочтения на рынке внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.	40
Социально-демографические характеристики потребителей.....	40
Факторы выбора услуг	41
Востребованность курсов для детей.....	42
3 – 4 года.....	42
5 – 6 лет.....	42
7 – 16 лет.....	43
Потенциал проникновения онлайн-образования	44
Каналы распространения информации	44

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 20 таблиц и 15 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Структура рынка детских внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге по направлениям, шт.

Таблица 2. Аудитория дополнительных образовательных услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге, млн. чел.

Таблица 3. Объем рынка детских внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге по типу городов в стоимостном выражении, млрд. руб.

Таблица 4. Объем рынка детских внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге в стоимостном выражении, млрд. руб., % от стоимостного выражения.

Таблица 5. Структура рынка детских внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге, шт.

Таблица 6. Аудитория рынка образовательных и развивающих услуг по различным направлениям в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге, % от общего количества посещающих.

Таблица 7. Объем рынка образовательных и развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге по направлениям в стоимостном выражении, млрд. руб., % от стоимостного выражения.

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

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

Таблица 11. Доли детских учреждений в объеме рынка услуг интеллектуального развития в Москве, Санкт-Петербурге и Московской области, млн. руб., % от стоимостного выражения.

Таблица 12. Топ-10 школ английского языка в Москве.

Таблица 13. Топ-10 языковых школ в Санкт-Петербурге.

Таблица 14. Доли детских учреждений в объеме рынка услуг языкового развития в Москве, Санкт-Петербурге и Московской области, млн. руб., % от стоимостного выражения.

Таблица 15. Доли детских учреждений в объеме рынка услуг интеллектуального развития в Москве, Санкт-Петербурге и Московской области, млн. руб., % от стоимостного выражения.

Таблица 16. Цели, целевые и дополнительные показатели национального проекта «Образование», %.

Таблица 17. Показатели Подпрограммы «Дополнительное образование и профессиональное обучение».

Таблица 18. Распределение по возрастам детей в России, тыс. чел.

Таблица 19. Уровень значимости критериев выбора учреждения дополнительного образования в Москве, % значимости

Таблица 20. Существующие логики выбора родителями образовательных и развивающих курсов для детей в России.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Структура рынка детских внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге по учреждениям, % от общего количества учреждений.

Диаграмма 2. Аудитория дополнительных образовательных услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге, млн. чел., % прироста.

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

Диаграмма 4. Стоимостный объем рынка образовательных и развивающих услуг по учреждениям в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге, % от стоимостного выражения.

Диаграмма 5. Аудитория рынка образовательных и развивающих услуг по различным направлениям в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге, % от общего количества посещающих.

Диаграмма 6. Структура рынка образовательных и развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге по направлениям, % от стоимостного выражения.

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

Диаграмма 8. Доли детских учреждений в объеме рынка услуг раннего развития в Москве, Санкт-Петербурге и Московской области, % от стоимостного объема рынка.

Диаграмма 9. Доли детских учреждений в объеме рынка услуг языкового развития в Москве, Санкт-Петербурге и Московской области, % от стоимостного выражения.

Диаграмма 10. Доли детских учреждений в объеме рынка услуг спортивного развития в Москве, Санкт-Петербурге и Московской области, % от стоимостного выражения.

Диаграмма 11. Распределение по возрастам детей, посещающих внеклассные развивающие услуги в России, %

Диаграмма 12. Востребованность направлений подготовки для детей 2-4 года в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге, кол-во поисковых запросов в Яндекс в месяц, шт.

Диаграмма 13. Востребованность направлений подготовки для дошкольников в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге, кол-во поисковых запросов в Яндекс в месяц, шт.

Диаграмма 14. Востребованность направлений подготовки для школьников в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге, кол-во поисковых запросов в Яндекс в месяц, шт.

Диаграмма 15. Согласие родителей на обучение детей в режиме онлайн в России, % ответивших.

Резюме

Маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.

В системе дополнительного образования детей в России в 2018 г. функционировали 13 409 государственных организаций, 363 – негосударственных, трудились 280 689 педагогических работников. На февраль 2019 г. в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге насчитывается порядка 5 568 образовательных учреждений дополнительного образования. Наиболее распространенными из них являются детские центры и школы развития.

По результатам всероссийского опроса, проведенного одной из частных образовательных организаций в 58 регионах в 2018 г., жители крупных городов России могут тратить на дополнительное образование детей до трети зарплаты. При этом каждый пятый родитель оплачивает ребенку занятия с репетитором. По оценкам DISCOVERY Research Group, средние расходы семей на внеклассные развивающие услуги в Москве, Санкт-Петербурге и Московской области составляют 60 000 руб. в год.

Наиболее распространенными являются услуги раннего и физического воспитания, далее языковые курсы. На данный момент рынок образовательных и развивающих услуг в целом насыщен.

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.

По данным Федерального статистического наблюдения, чаще всего посещают программы дообразования дети 5-9 и 10-14 лет (37,3% и 47,2% соответственно), чуть реже – подростки 15-17 лет (30,7%).

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Объект исследования

Рынок внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.

Цель исследования

Охарактеризовать текущее состояние и перспективы развития рынка внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.

Задачи исследования

1. Объем рынка внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.
2. Объем франчайзинга образовательных и развивающих услуг для детей.
3. Основные сегменты рынка внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.
4. Конкурентная ситуация на рынке внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.
5. Ключевые тенденции и перспективы развития рынка внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге. в ближайшие несколько лет.
6. Законодательные нормы, регулирующие деятельность рынка внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.
7. Ключевые факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.
8. Факторы, препятствующие росту рынка внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.
9. 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 образовательных и развивающих услуг для детей 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 внеклассных 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 потребительскую 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.

.....

Глава 3. Объем и темпы роста рынка внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.

.....

Структура рынка по учреждениям

В натуральном выражении

В системе дополнительного образования детей в России в 2018 г. функционируют государственных организаций, – негосударственных, трудятся педагогических работников.

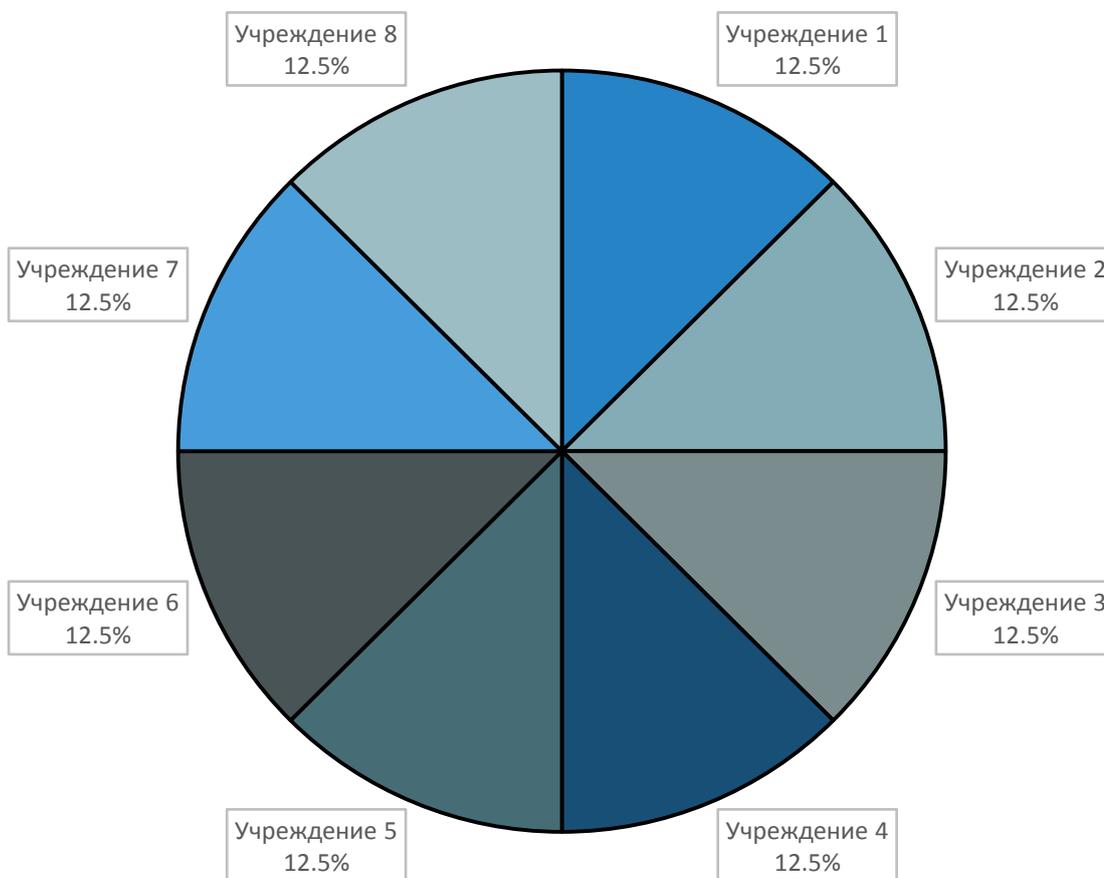
На февраль 2019 г. в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге насчитывается порядка образовательных учреждений дополнительного образования. Наиболее распространенными из них являются и Следует учитывать, что в расчетах не учитываются теневые услуги.

Таблица 1. Структура рынка детских внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге в 2019 г. по направлениям, шт.

Тип учреждения	Москва	Санкт-Петербург	Московская область	Итого

Расчеты DISCOVERY Research Group на основе данных 2Гис

Диаграмма 1. Структура рынка детских внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге в 2019 г. по учреждениям, % от общего количества учреждений.



Расчеты DISCOVERY Research Group на основе данные 2Гис

По данным Нетология-групп аудитория рынка дополнительного детского образования на 2016 год —

По данным ВЦИОМа в 2015 году% детей никогда не посещали дополнительные занятия. В 2016 году эта цифра составляла%. 2017 и 2018 год – около% детей ходят на различные рода развивающие и образовательные занятия помимо детских садов и школ.

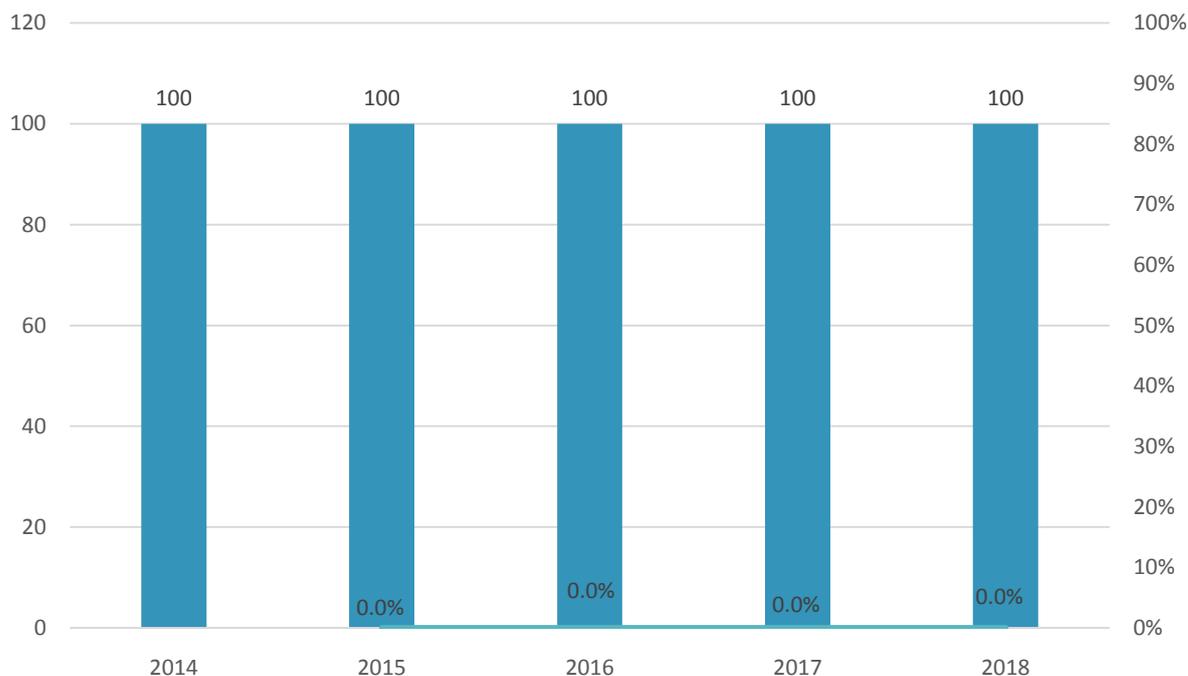
По данным Департамента образования г. Москвы, к 2019 г. количество детей, получающих дополнительное образование

Таблица 2. Аудитория дополнительных образовательных услуг в 2014-2018 гг. в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге, млн. чел.

	2014	2015	2016	2017	2018

Расчеты DISCOVERY Research Group по данным ВЦИОМ

Диаграмма 2. Аудитория дополнительных образовательных услуг в 2014-2018 гг. в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге, млн. чел., % прироста.



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ВЦИОМ

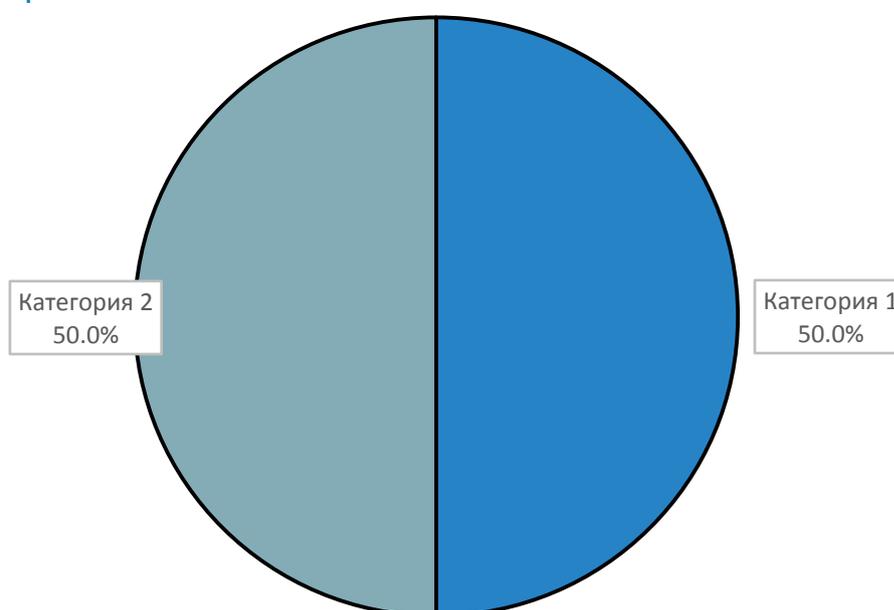
.....

В стоимостном выражении

По данным Нетология-групп совокупный объем рынка дополнительных образовательных услуг для детей от 0 до 6 лет на 2017 год составляет

По расчетам DISCOVERY Research Group объем рынка образовательных и развивающих услуг в 2016 г. в России составлял млрд. руб. При этом, доля дошкольного и дополнительного детского образования составляла%, около млрд. руб, остальные% и млрд. руб приходились на сегмент

Диаграмма 3. Стоимостный объем рынка образовательных и развивающих услуг в России в 2016 г., % от стоимостного выражения.



Расчеты DISCOVERY Research Group

По данным НИУ ВШЭ по прогнозам, рынок дополнительного школьного образования будет

По прогнозам экспертов, уже в ближайшие годы

В конце 2018 г. journal.tinkoff.ru опубликовал данные, что родители, живущие в городах-миллионниках, в целом в месяц тратят по руб. на ребенка, в Москве – руб. рублей тратят на ребенка в Москве от рождения до 22 лет.

.....

В городах-миллионниках почти родителей тратит на дополнительное образование школьников от тысяч рублей в месяц.% сказали, что отдают тысяч рублей,% —

.....

По оценкам DISCOVERY Research Group, средние расходы семей на внеклассные развивающие услуги в Москве, Санкт-Петербурге и Московской области составляют руб. в год.

Таблица 3. Объем рынка детских внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге по типу городов в стоимостном выражении в 2018 г., млрд. руб.

Тип города	При учете средней стоимости услуг	При учете средних затрат семьи на 1 ребенка

Расчеты DISCOVERY Research Group

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.

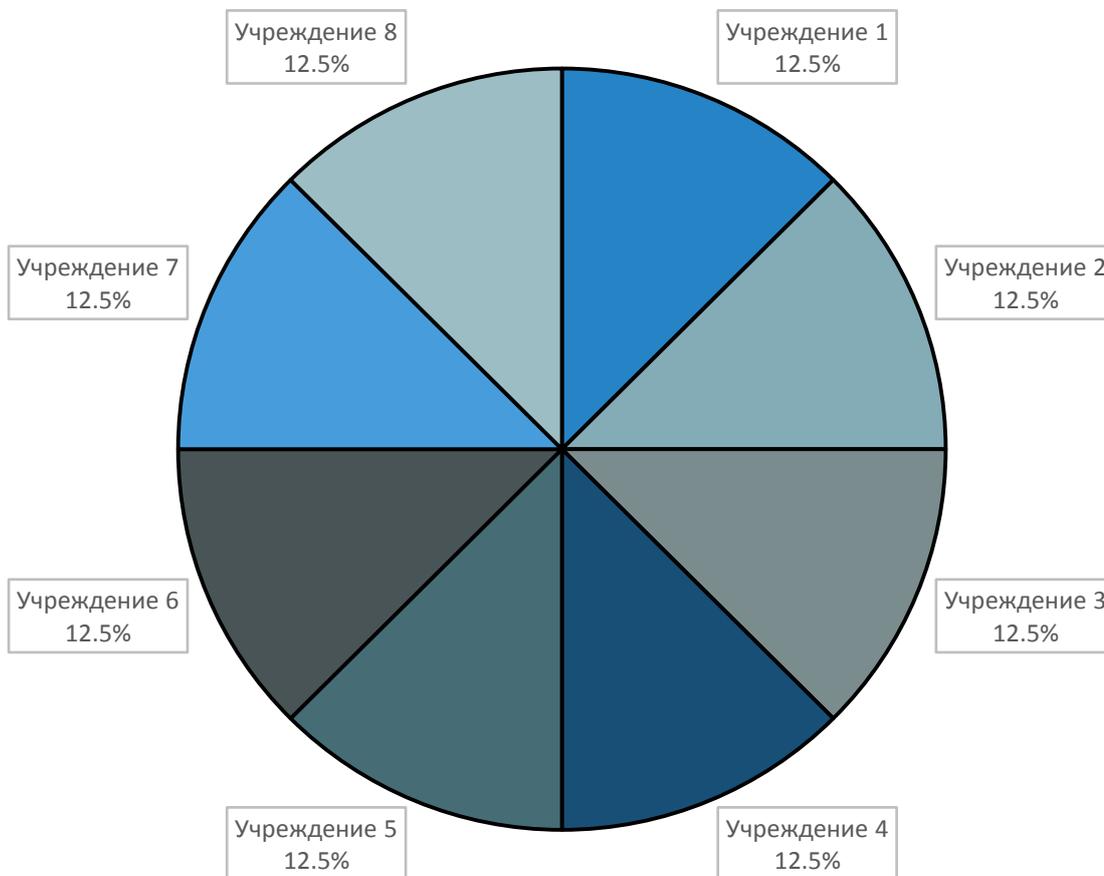
Значительную долю финансирования имеют

Таблица 4. Объем рынка детских внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге в 2018 г. в стоимостном выражении, млрд. руб., % от стоимостного выражения.

Тип учреждения	Москва	Санкт-Петербург	Московская область	Итого

Расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 4. Стоимостный объем рынка образовательных и развивающих услуг по учреждениям в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге в 2018 г., % от стоимостного выражения.



Расчеты DISCOVERY Research Group

.....

Структура рынка по направлениям

В натуральном выражении

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

Таблица 5. Структура рынка детских внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге в 2019 г., шт.

Тип направления	Москва	Санкт-Петербург	Московская область	Итого

Расчеты DISCOVERY Research Group на основе данных 2Гис

В сфере дополнительного образования происходит

В Москве выделены три уровня программ:

В целом направления представлены на рынке

По результатам всероссийского опроса, проведенного одной из частных образовательных организаций

Наиболее востребованными в 2018 году являлись услуги

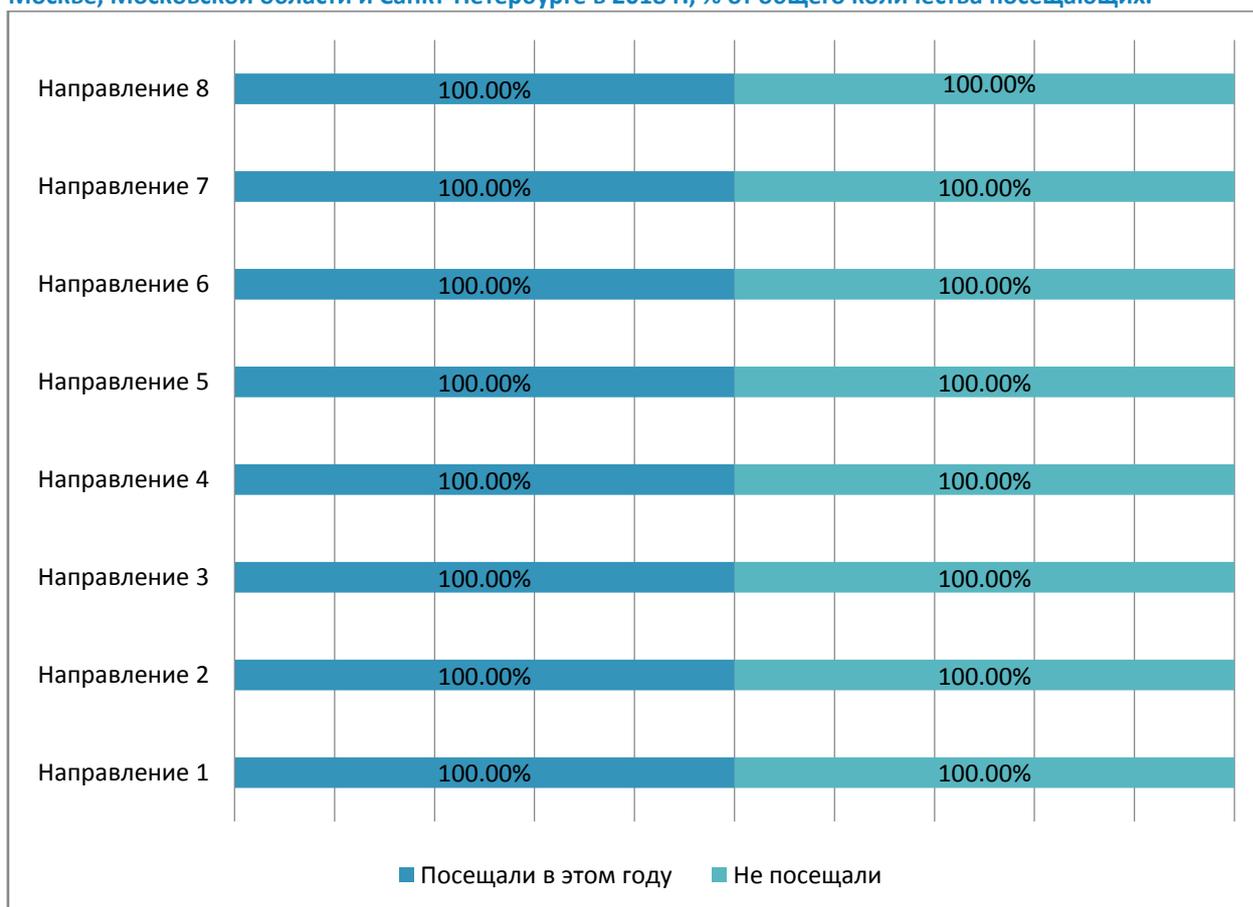
По доле охвата детскими объединениями художественной направленности в организациях дополнительного образования в 2018 году выделялись регионы-лидеры, которые резко отличались от остальных регионов. Так, в городе эта доля превышает 60%.

Таблица 6. Аудитория рынка образовательных и развивающих услуг по различным направлениям в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге в 2018 г., % от общего количества посещающих.

Направление	Посещали в этом году	Не посещали

Расчеты DISCOVERY Research Group по данным НИ ВШЭ

Диаграмма 5. Аудитория рынка образовательных и развивающих услуг по различным направлениям в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге в 2018 г., % от общего количества посещающих.



Расчеты DISCOVERY Research Group по данным НИ ВШЭ

В стоимостном выражении

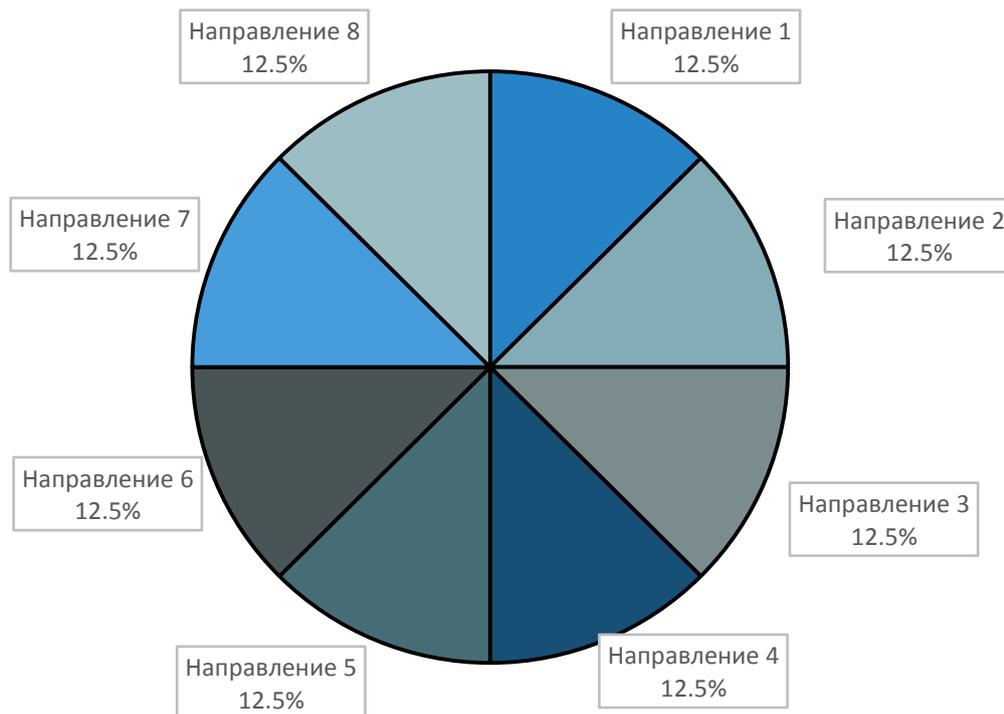
Наибольший стоимостный объем характерен для сферы

Таблица 7. Объем рынка образовательных и развивающих услуг в 2018 г. в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге по направлениям в стоимостном выражении, млрд. руб., % от стоимостного выражения.

Тип направления	Млрд. руб.	Доля

Расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 6. Структура рынка образовательных и развивающих услуг в 2018 г. в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге по направлениям, % от стоимостного выражения.

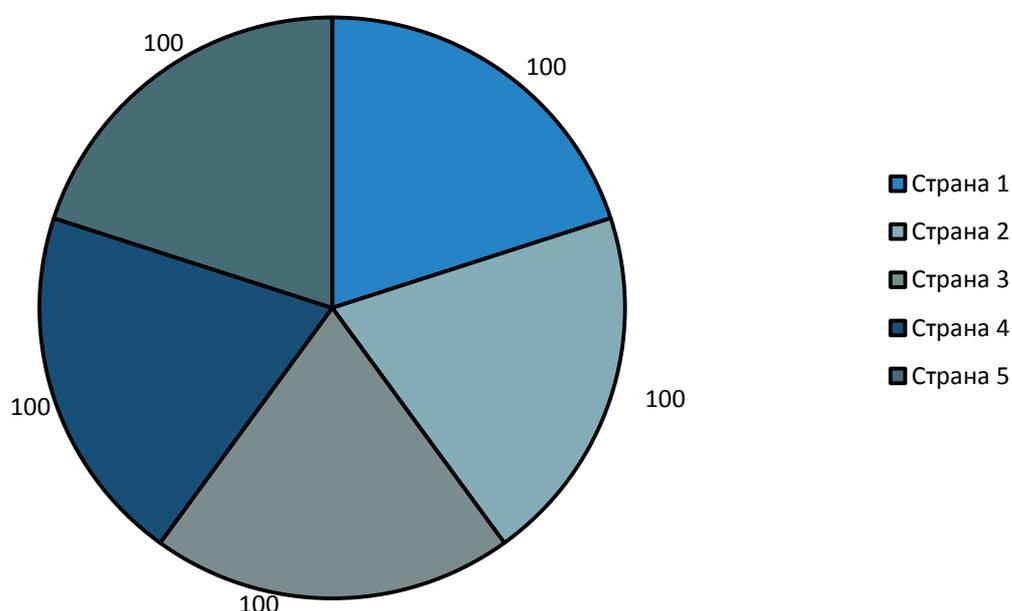


Расчеты DISCOVERY Research Group

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

Франчайзинг популярен при обучении и развитии творческих и интеллектуальных способностей детей. По данным TopFranchise, в России на данный момент существует около франшиз,% франшиз, распространенных в России, имеют собственное Российское происхождение, остальные% - проекты родом из

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



Расчеты DISCOVERY Research Group по данным TopFranchise

Инвестиции в открытие детских центров франчайзеры обозначают Минимальная стартовая сумма варьируется от рублей. Зависеть этот показатель может от

Проведя обзор детских центров, рекламирующих свои услуги в интернете, можно выделить 11 следующих крупнейших российских франшиз в внеклассном развивающем образовании, ныне действующих на российском рынке.

1.
2.
3.

4.
5.
6.
7.
8.
9.
10.
11.

Ниже представлена сравнительная таблица вложений и условий, которые необходимо учитывать при приобретении той, или иной франшизы.

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. FORBES: ТОП 25 выгодных франшиз России в 2016 г.

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»

.....

.....

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

Уровень конкуренции

На 2017 год в России насчитывалось более тысяч учреждений, предоставляющих образовательные и развивающие услуги для детей, их количество постоянно растет.

В Москве, Санкт-Петербурге и Московской области количество заведений, предоставляющих внеклассные развивающие услуги в 2019 г. составило более тысяч учреждений

На данный момент рынок образовательных и развивающих услуг в целом Согласно прогнозам экспертов, со временем на рынке платных образовательных услуг произойдет определенная коррекция:

Следует отметить, что в сфере дополнительных образовательных и развивающих услуг распространены две ключевые бизнес-модели:

.....

Рыночные позиции компаний

Раннее развитие

В Москве, Санкт-Петербурге и Московской области на 2019 год насчитывается детских учреждений, которые предоставляют услуги раннего развития. Ключевыми игроками на рынке являются

Лидером рынка является сеть детских центров

На втором месте сеть развивающих детских центров

Остальные детские центры, представляющие услуги раннего развития,

Таблица 9. Доли детских учреждений в объеме рынка услуг раннего развития в Москве, Санкт-Петербурге и Московской области в 2018 г., млн. руб., % от стоимостного выражения.

Школа	Количество детей в год	Кол-во точек	Выручка (мес.)	Выручка (год)	Доля на рынке

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

.....

Интеллектуальное развитие

.....

Языковое развитие

.....

Спортивные школы

.....

Маркетинговые решения

Следует отметить, что у рынка школьного и дополнительного образования в России На рынке образования пока мало Общими преимуществами является:

-

.....

Другие аспекты, обусловлены

Глава 6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.

В Москве, Московской области и Санкт-Петербурге в честь того, что 2018 год стал годом дополнительного образования, прошли множество конференций и форумов.

Заместитель министра просвещения Российской Федерации Ирина Потехина 6 декабря 2018 г. на V Всероссийском совещании работников дополнительного образования «100 лет системе дополнительного образования детей: традиции, инновации, перспективы» заявила, что система дополнительного образования детей наиболее эффективно отвечает вызовам, которые определяются высоким уровнем технических знаний современных детей, выросших в эпоху интернета. Министерство просвещения считает дополнительное образование детей драйвером перемен российской образовательной системы. Замминистра подчеркнула, что сегодня востребованы компетенции, составляющие «базовую грамотность» - навыки самообразования, проектной деятельности, умение ставить собственные задачи, работать в команде и другие. Обновление содержания дополнительного образования осуществляется в настоящий момент в рамках приоритетного проекта «Доступное дополнительное образование детей».

.....

Программа «Театр в школе» в Москве

Департамент культуры и Департамент образования города Москвы решили сделать посещение театров частью внеклассной работы с осени 2018 г. Ограничение на количество квот для бесплатного посещения театров и концертных залов школьниками будет отменено. Это позволит каждому из 1,5 миллиона московских школьников хотя бы раз за учебный год бесплатно сходить на спектакль.

.....

Переход к смешанной модели дополнительных образовательных услуг

.....

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

.....

Взаимодействие организаций дополнительного образования со школами

.....

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

.....

Включение родителей в образовательный процесс

.....

Глава 7. Факторы развития рынка внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.

..... По мнению Министра просвещения Российской Федерации О.Ю. Васильевой, его развитие также связано с «майскими указами», согласно которым 75% детей в возрасте от 7 до 18 лет должны быть охвачены дополнительной программой образования к 2020 г., прежде всего, технической и научной направленности.

Таблица 9. Цели, целевые и дополнительные показатели национального проекта «Образование», %.

Цель, целевой показатель, дополнительный показатель	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024

Источник: Расчеты DISCOVERY Research Group

.....

Значительный объем теневого сектора образовательных услуг

В ходе проведенных Нетология-групп опросов 35 % опрошенных лиц отметили распространённость такого явления как неофициальная оплата образовательных услуг. Среди опрошенных доля лиц, которые сами практиковали неофициальную оплату образовательных услуг, составила около 4,5%. По экспертным оценкам, до 90 % негосударственных организаций дополнительного образования и воспитания детей действуют в, так называемом, 19 «сером» секторе.

.....

Законодательные нормы, регулирующие деятельность

.....

Государственная программа города Москвы «Развитие образования города Москвы»

.....

План мероприятий «Кружковое движение» НТИ

.....

ЕГЭ как источник новых ниш

.....

Глава 8. Потребительские предпочтения на рынке внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге.

Социально-демографические характеристики потребителей

Потребителями образовательных и развивающих услуг традиционно являются

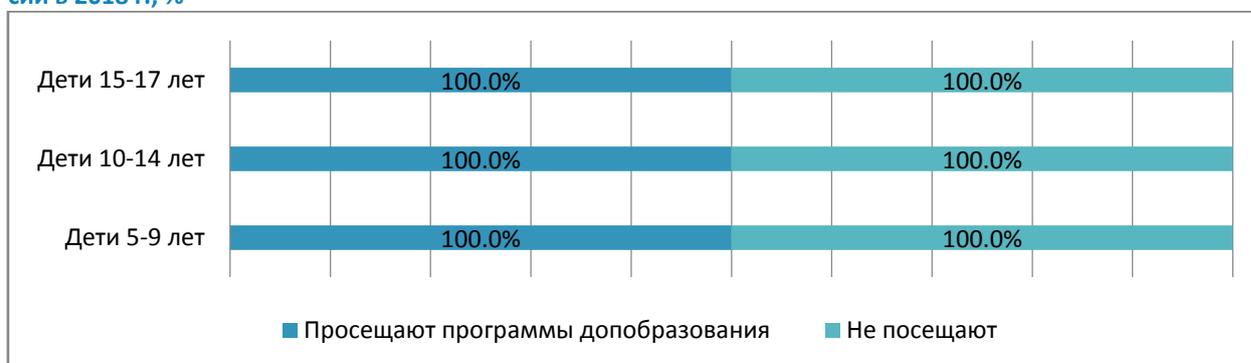
Таблица 10. Распределение по возрастам детей в России в 2014-2017 гг., тыс. чел.

Возраст	2014	2015	2016	2017	2018

Источник: Расчеты DISCOVERY Research Group по данным Demoscope

По данным Федерального статистического наблюдения, чаще всего посещают программы дообразования дети 5-9 и 10-14 лет (.....% и% соответственно), чуть реже – подростки 15-17 лет (.....%).

Диаграмма 8. Распределение по возрастам детей, посещающих внеклассные развивающие услуги в России в 2018 г., %



Расчеты DISCOVERY Research Group

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

.....

Таблица 11. Уровень значимости критериев выбора учреждения дополнительного образования в Москве, % значимости

Уровень значимости	Параметр

Источник: данные НИ ВШЭ

.....

Таблица 12. Существующие логики выбора родителями образовательных и развивающих курсов для детей в России.

Источник: данные НИ ВШЭ

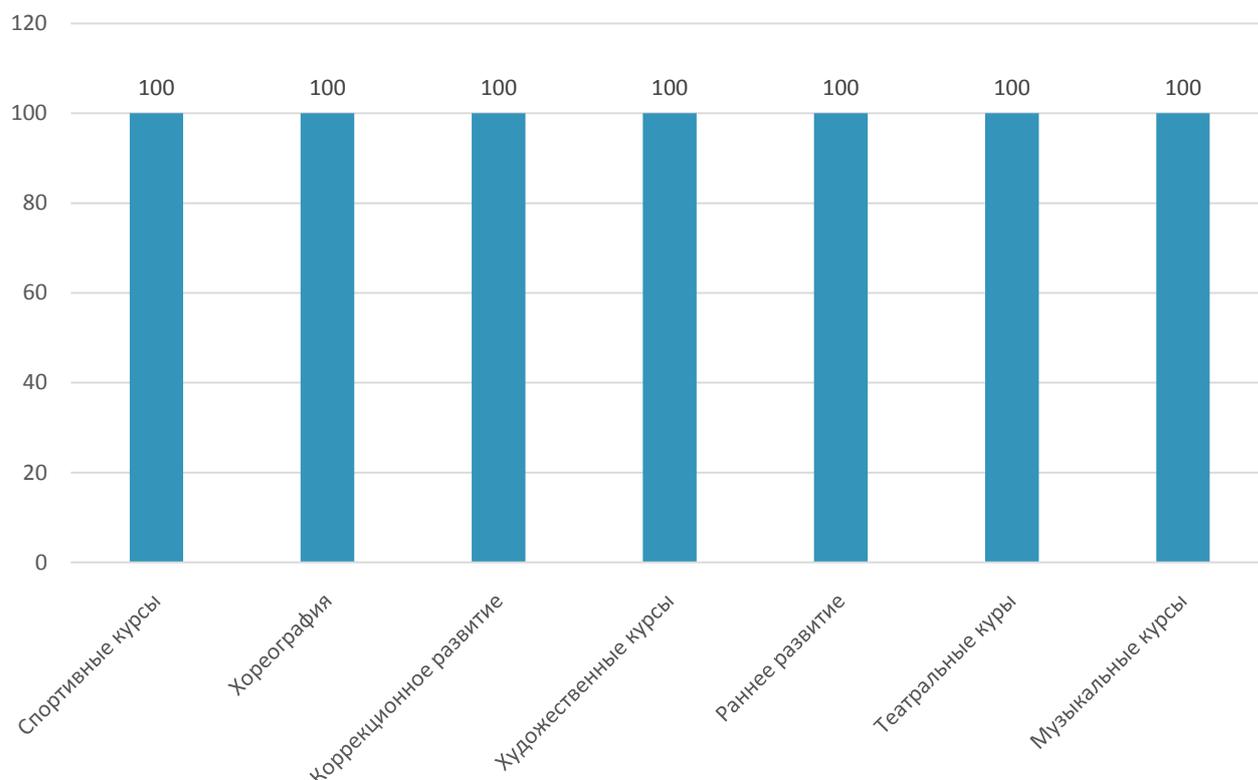
Востребованность курсов для детей.

.....

3 – 4 года

В Москве, Московской области и Санкт-Петербурге для данной категории детей наиболее востребованными услугами являются те, что

Диаграмма 9. Востребованность направлений подготовки для детей 2-4 года в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге в 2019 г., кол-во поисковых запросов в Яндекс в месяц, шт.



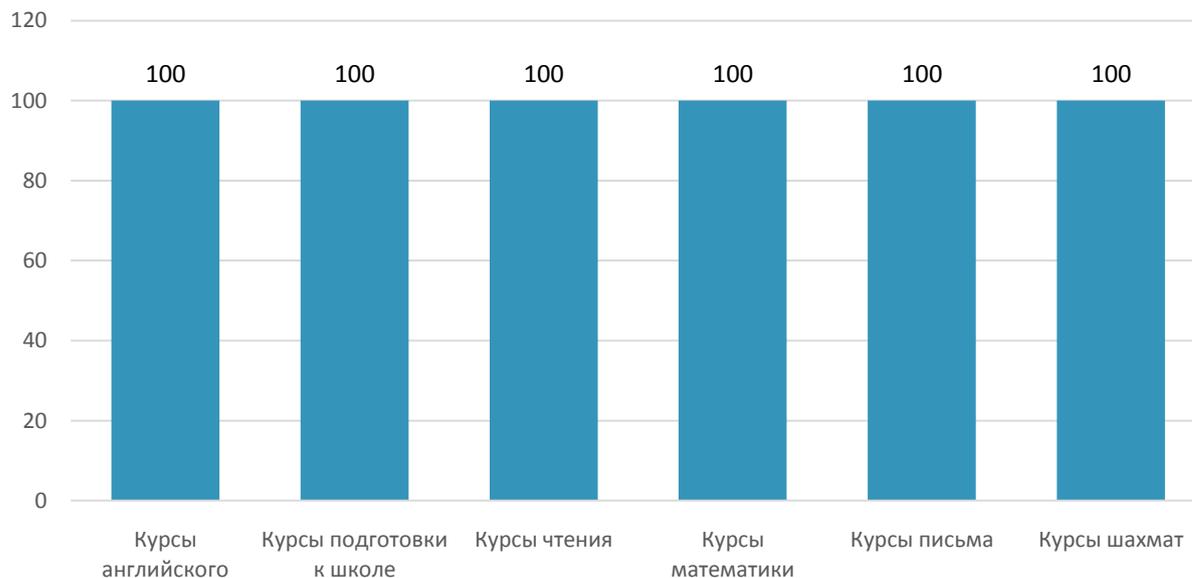
Источник: Расчеты DISCOVERY Research Group по даннм Яндекс Wordstat

5 – 6 лет

Для данной возрастной категории детей наиболее востребованными являются

.....

Диаграмма 10. Востребованность направлений подготовки для дошкольников в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге в 2019 г., кол-во поисковых запросов в Яндекс в месяц, шт.



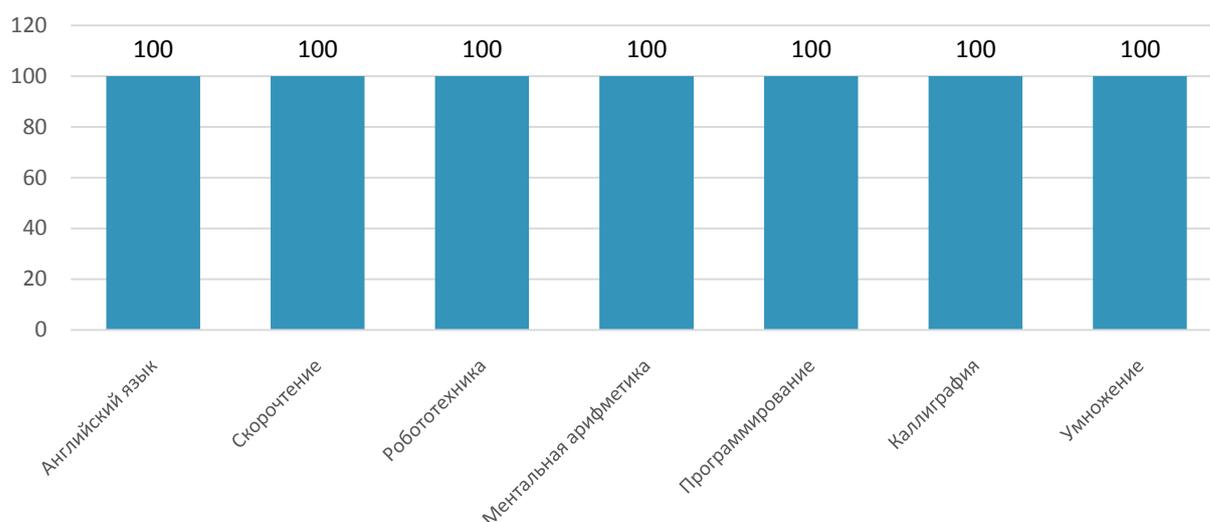
Источник: Расчеты DISCOVERY Research Group по даннм Яндекс Wordstat

Наиболее востребованными для дошкольников являются

7 – 16 лет

.....

Диаграмма 11. Востребованность направлений подготовки для школьников в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге в 2019 г., кол-во поисковых запросов в Яндекс в месяц, шт.



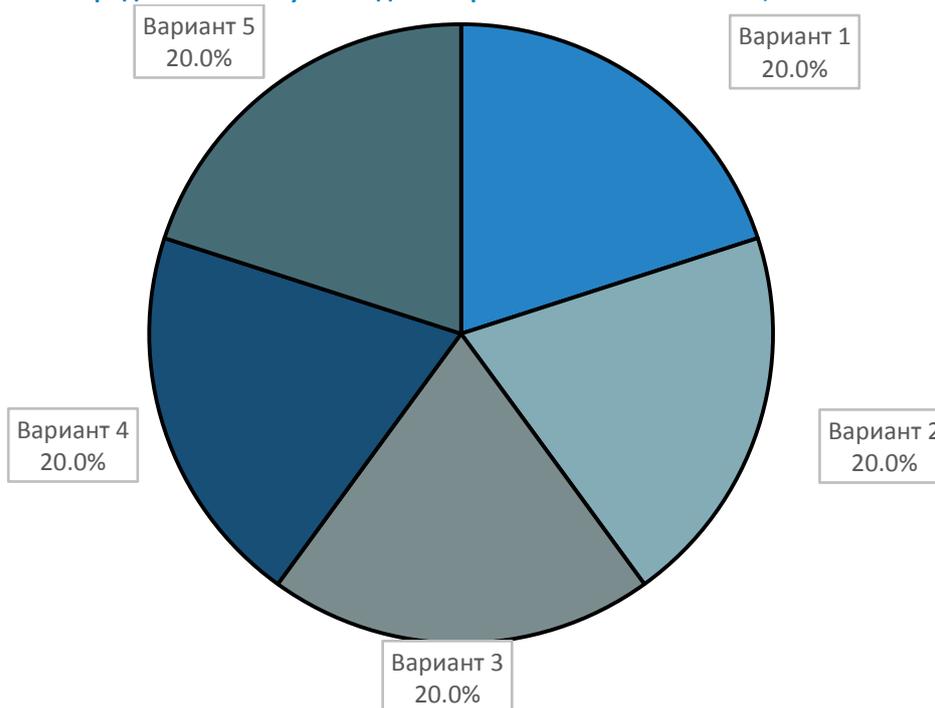
Источник: Расчеты DISCOVERY Research Group по даннм Яндекс Wordstat

Потенциал проникновения онлайн-образования

Одной из важных тенденций на рынке внеклассных развивающих услуг в Москве, Московской области и Санкт-Петербурге является распространение технологий онлайн-образования.

.....

Диаграмма 12. Согласие родителей на обучение детей в режиме онлайн в России, % ответивших



Источник: данные Нетология-групп

.....

Каналы распространения информации

Основными каналами распространения информации об образовательных и развивающих услугах являются следующие:

-
-

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 636, стр. 4, этаж 4

Телефон: +7 (495) 394-53-60;

+7 (495) 968-13-14.

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

