



Исследование российского рынка
онлайн-образования
и образовательных технологий

Об исследовании

При несомненном росте российского EdTech данные о его состоянии на начало 2017 года оставались разрозненными и фрагментарными. Точно так же отсутствовала достоверная информация о том, насколько глубоко проникли современные технологии в образование. Попытки сделать панорамный обзор молодой индустрии оказались противоречивыми и во многом спорными. С целью восполнить пробел мы и решили провести комплексное системное исследование рынка.

Чтобы анализ был последовательным, в первую очередь наша рабочая группа составила классификацию сегментов рынка, которую можно назвать карьерно-возрастной: в ее основе — не типы цифровых продуктов, предлагаемых игроками, а ступени образовательной системы и цели, исходя из которых учащиеся приобретают знания и навыки. Как именно мы проводили расчеты и какие источники использовали, подробно описано в разделе «Методология исследования».

В самом начале мы приводим общий обзор зарубежного EdTech — с основными цифрами, инсайтами, сведениями об инвестиционной активности в отрасли. Затем переходим к устройству российского рынка образования: показываем его структуру, оцениваем — в целом и посегментно — объемы, а главное, замеряем проникновение онлайн-технологий в каждом из его направлений. По каждому сегменту рынка даются аудиторные и финансовые показатели, тренды, прогнозы по динамике развития.

Далее следует сводка по инвестиционной активности в российском онлайн-образовании и ее главных векторах. Мы сочли целесообразным дать слово самим инвесторам: во что они готовы, а во что не готовы вкладываться, как оценивают перспективы российского EdTech, какие возможности и риски в нем видят. Список важнейших для отрасли инвесторов и сделок замыкает эту секцию.

Во второй части исследования, которая выйдет в мае 2017 г., будет в деталях разобрана экосистема российского EdTech: типы игроков, их бизнес-модели, образовательные механики; тренды и точки роста отрасли; влияние госполитики на рынок; экспансия отечественных образовательных стартапов за рубеж и место иностранных проектов в российском digital-ландшафте. Также мы измерим объем b2b-сегмента рынка и проанализируем положение дел в нем.

| Партнеры исследования





Вступительные слова



Л. Н. Бокова

Член Совета Федерации Федерального собрания РФ

«Визуализация информации, технологии виртуальной реальности, «облачные» вычисления, искусственный интеллект, «большие данные» наряду с другими современными явлениями уже сегодня радикально и стремительно меняют вид и структуру образования, а также системные требования к образовательному процессу. Как показывают практика и отраслевые исследования, качество образования, отвечающее запросам времени, может быть достигнуто благодаря ИТ-продуктам и решениям.

Вопросы развития электронного обучения являются предметом глобальной конкуренции. В перспективе по совокупности политических и экономических причин целесообразным представляется создание и развитие собственного российского ПО и технологических платформ для массового открытого онлайн-образования.

Цифровые технологии образуют новые формы социализации и ставят общество и бизнес перед новыми вызовами, не принимая которые Россия не сможет оставаться конкурентоспособной на мировой арене.

Это исследование будет полезно всем, кому интересно развитие образовательных технологий в России и, соответственно, будущее образования в нашей стране».



М. Ю. Спиридонов

Генеральный директор образовательного холдинга «Нетология-групп»

«Нам посчастливилось жить в крайне интересное время. Отчетливо видно, как старые подходы перестают устраивать обучающихся и как новые методики и созданные на их базе решения начинают менять правила игры. Онлайн-образование больше не область осторожных экспериментов. Быстро преодолев период становления, оно рождает все больше коммерчески успешных компаний. И все чаще возникают новые эффективные сервисы и продукты. Флагманы EdTech в России растут по выручке до двух-трех раз в год. По предсказаниям авторитетных футурологов, в числе технологических гигантов, определяющих облик нашего мира, к 2030 году будут образовательные компании. Мы на пороге фазового перехода: вслед за «ранними последователями» дистанционные технологии обучения примет и начнет активно использовать массовый пользователь. Это изменит образование как отрасль и серьезно повлияет на него как на рынок».



Adrien Henni

Шеф-редактор East-West Digital News

«Появление ярких образовательных технологий ожидаемо в стране, славящейся традиционно высоким уровнем образования и инженерно-технологическими талантами. Поэтому не исключено, что одна или несколько российских компаний завтра пополнят ряды ведущих игроков на мировом рынке EdTech.

За последние годы наше онлайн-издание East-West Digital News уже не раз обращало внимание мирового рынка на перспективные российские решения и стартапы в этой области. Так, «Дневник.ру» удостоился нескольких международных премий за свою инновационную образовательную онлайн-сеть. «Нетология» разработала передовые системы управления образовательным контентом. А iSpring Solutions из Йошкар-Олы своим e-learning решением покорил более 13 тыс. компаний по всему миру.

Настоящее исследование впервые освещает главные аспекты этого быстрорастущего рынка в России в мировом контексте. В нем принимали участие десятки экспертов, предпринимателей, инвесторов, представителей государственного и некоммерческого секторов, которым я выражаю свою глубокую благодарность.

Я рад представить первую часть нашей работы. В ней дается оценка двум ключевым аспектам начавшейся цифровой трансформации образования в России: проникновению онлайн-технологий в разные сегменты, а также инвестиционной активности в отрасли. Надеюсь, собранная информация принесет пользу всем».



Содержание

| Содержание

Мировой контекст	14
• Мировой рынок онлайн-образования.....	15
• Основные инсайты.....	17
• Устройство мирового рынка онлайн-образования	18
○ Дошкольное и школьное образование	19
○ Высшее и среднее профессиональное образование	20
○ Дополнительное профессиональное образование	23
○ Языковое обучение	25
• Крупнейшие сделки и инвестиции	26
• Заметные игроки рынка	31
Онлайн-образование в России	37
• Структура рынка.....	39
• Дошкольное образование	41
○ Структура рынка	42
○ Аудитория	45
○ Государственная политика	49

| Содержание

○ Объем рынка.....	50
○ Проникновение онлайн-образования.....	53
• Общее среднее образование.....	54
○ Структура рынка	55
○ Аудитория	56
○ Объем рынка	59
○ Государственная политика	61
○ Проникновение онлайн-образования	62
• Дополнительное школьное образование.....	63
○ Структура рынка	64
○ Аудитория	65
○ Объем рынка	68
○ Проникновение онлайн-образования	70
• Высшее и среднее профессиональное образование.....	73
○ Структура рынка	74
○ Аудитория	75

| Содержание

○ Объем рынка	77
○ Высшее профессиональное образование	78
○ Среднее профессиональное образование	86
• Дополнительное профессиональное образование	93
○ Структура рынка.....	94
○ Аудитория.....	96
○ Объем рынка.....	102
○ Проникновение онлайн-образования	103
• Языковое обучение	105
○ Структура рынка	107
○ Аудитория	110
○ Объем рынка	111
○ Проникновение онлайн-образования	112
Инвестиции в российский рынок онлайн-образования	114
• Инвестиции в цифрах.....	115
• Тренды рынка	118

| Содержание

• Трансграничные инвестиции	119
• Первые шаги корпораций	121
• Инвестировать или нет? Слово инвесторам	127
• Приоритеты и критерии инвесторов	133
• Список сделок за 2014-2016 гг.	135
Методология исследования	141
• Дошкольное образование	142
• Общее среднее образование	144
• Дополнительное школьное образование	146
• Высшее и среднее профессиональное образование	148
• Дополнительное профессиональное образование и языковое обучение	152



Мировой контекст

Мировой рынок онлайн-образования

Объем мирового рынка образования — \$4,5–5,0 трлн, и в ближайшие годы он обещает увеличиться до \$6–7 трлн. [Education International]

Доля онлайн в нем — около 3%, или \$165 млрд. Благодаря устойчивой динамике роста к 2023 г. цифровая часть индустрии обещает преодолеть отметку \$240 млрд, прибавляя более чем по 5% в год. [Global Market Insights] А по более оптимистичному прогнозу, достигнет величины \$252 млрд уже к 2020 г. при среднегодовом приросте в 17%. [EdTechXGlobal, IBIS Capital]

США — наиболее крупный и зрелый рынок в EdTech, и темпы его прироста замедляются — приблизительно +4,0-4,4% ежегодно. Второй по величине регион — Юго-Восточная Азия, в первую очередь Китай и Индия, набирающий обороты значительно быстрее (+17%). В 2016 г. он обогнал Западную Европу: \$11,7 млрд против \$6,8 млрд. [GSV Advisors, Global Market Insights] Пока по объему рынка Восточная Европа, с ее \$1,2 млрд, отстает от Западной, зато набирает обороты заметно быстрее (+17%). [Docebo, Global Market Insights]

Драйвер рынка Восточной Европы — Россия, со среднегодовым ростом, по разным оценкам, в 17–25%. [TAP Advisors, J'son & Partners Consulting, Ambient Insight, Edutainme]





Томас Фрей

Ведущий футуролог Института Да Винчи (Колорадо, США)

«Предполагаю, что к 2030 году крупнейшим интернет-бизнесом будет образовательная компания, о которой еще никто не знает» (из интервью Business Insider).

По прогнозу г-на Фрея, в образовательном центре будущего преподавателей заменит искусственный интеллект, который будет гибко подстраиваться под возможности, склонности и цели учащихся.

Основные инсайты

- В разрезе типологии продуктов один из наиболее высоких показателей роста — у компаний, которые создают и продают обучающие решения, (а) построенные на игровых механиках и (б) симуляции реальных процессов: +22,4 и +17,0% в год вплоть до 2021 г. соответственно. Одна только ниша обучения языкам с помощью игр в 2016 г. измерялась \$315,7 млн. [Ambient Insight]
- В числе наиболее привлекательных для инвесторов EdTech-стартапов в 2016 г. были онлайн-платформы и решения, обеспечивающие подготовку к стандартизированным экзаменам. Пять крупнейших инвестиций в такие проекты суммарно превысили \$175 млн. [Hackeducation, Pitchbook]
- Сжимается в денежном отношении направление self-paced learning, или асинхронного обучения, при котором учащийся сам, независимо от преподавателя, выбирает распорядок, график, интенсивность занятий. Его среднегодовой темп роста (CAGR) на пятилетнем интервале будет отрицательным (-6,4%), что на фоне подъема онлайн-образования в целом означает перетекание денег в другие направления EdTech. [Ambient Insight 2016]
- Наиболее перспективны с точки зрения потенциала роста на текущий момент сегменты дошкольного и школьного образования (K-12), корпоративного образования, изучения иностранных языков, репетиторства.
- Ажиотаж вокруг массовых открытых онлайн-курсов улегся. MOOC доказали свою востребованность, но не доминируют в мировом масштабе. Создатели таких проектов ищут — и находят — новые бизнес-модели для них, см. раздел «MOOC-платформы».



Устройство мирового рынка онлайн-образования

| Дошкольное и школьное образование

За один только 2015 г. в американские стартапы, связанные с цифровизацией дошкольного и общего среднего образования (K-12), был вложен \$741 млн. [EdSurge]

Особенно бурный рост направления дошкольного и школьного обучения в онлайн-образовании наметился в 2016 г. в странах Юго-Восточной Азии.

- В I кв. 2016 г. 62% всех инвестиций китайского EdTech приходилось на компании в сфере дошкольного и общего образования. [Emerging Strategy]
- Также K-12 — крупнейший сегмент индийского EdTech. Одна только ниша «цифровых классов» в Индии на середину 2016 г. оценивалась приблизительно в \$1 млрд. Примечательно, что на частные школы приходится около четверти названной величины — \$266 млн. В среднем предполагается ежегодный рост направления на 13% с 2016 по 2020 г. [Technopak & Simplilearn Whitepaper on Digital Learning Market in India]

К сегменту дошкольного и школьного обучения мы относим — по критерию возраста целевой аудитории — часть игроков, предлагающих услуги и сервисы для подготовки к стандартизированным экзаменам. В частности, индийскую Vuju's.

BYJU'S

Apex Learning

Age of Learning

| Высшее и среднее профессиональное образование

Отраслевые исследования показывают увеличение частного сектора в различных направлениях образования и на разных региональных рынках.

Так, согласно данным за 2014 г., более четверти (28%) студентов в США обучались в негосударственных учебных заведениях. [Babson Survey Research Group and Quahog Research Group, 2016]

В 2013 г. соответствующий показатель находился на уровне 25,6%. [New Student Clearinghouse Research Center, Term Enrollment Estimates, 2015]

По сведениям на 2015 г., в США насчитывалось 18,6 млн студентов высших учебных заведений. Из них около 29% обучались онлайн — полностью или частично. [National Student Clearinghouse Research Center, 2015]

Полностью дистанционное обучение с присвоением государственного диплома предлагает большое количество американских колледжей и университетов, среди них — Университет штата Пенсильвания, Бостонский университет, Университет Индианы.

Вместе с тем, как следует из отчета компании Eduventures, вплоть до 80% от 2,6 тыс. вузов в США, предлагающих онлайн-образование, в том числе, например, Йель и Университет Южной Калифорнии, передают разработку и обслуживание своих онлайн-курсов на аутсорс (компаниям категории OPM — online program management).

| Высшее и среднее профессиональное образование

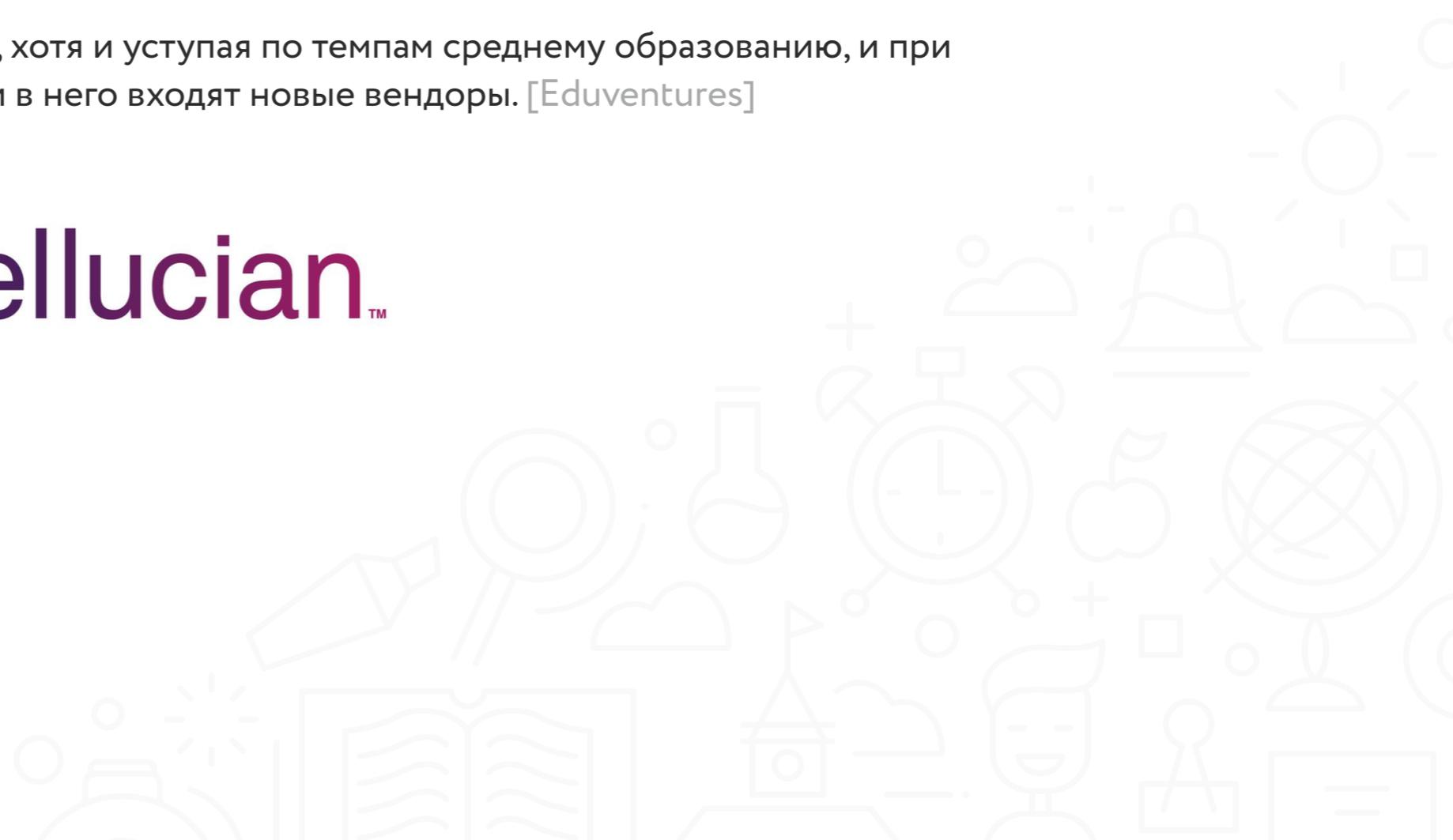
По прогнозам, в 2017-2021 гг. мировой рынок высшего образования будет показывать среднегодовой рост на 20%. В 2016 г. объем его IT-части был равен приблизительно \$29,19 млрд. [Technavio]

К сегменту «Высшее и среднее профессиональное образование» мы относим часть игроков, предлагающих услуги и сервисы для подготовки к стандартизированным экзаменам, например BenchPrep (США).

Направление продолжает расти, хотя и уступая по темпам среднему образованию, и при достаточно острой конкуренции в него входят новые вендоры. [Eduventures]



ellucian™





Чип Почек
СЕР 2U

«Мы по-прежнему сфокусированы на серьезных, задающих высокую планку клиентах [университетах] в США: одна такая учебная программа требует от нас вложений в размере \$5–10 млн до получения первого заработка».

| Дополнительное профессиональное образование

В числе прочего к сегменту профессионального и навыкового обучения мы относим большую часть образовательных платформ широкого профиля, включая UdeMy – одного из флагманов мирового EdTech, а также агрегаторы, такие как Degreed и SkilledUp, и сервисы наподобие LRNGO – маркетплейса учителей-тьюторов по разным направлениям и специальностям.

В b2b-часть сегмента входят IT-решения, в первую очередь LMS. Среди лидеров на долгой дистанции здесь – Edmodo и Moodle. Доля данной ниши сокращается. Конкуренция в ней за последние годы обострилась, удовлетворенность заказчиков снизилась. В частности, 44% компаний в ближайшие два года планируют сменить поставщика LMS. [Brandon Hall Research]

Целых 42% международных компаний – респондентов исследования Brandon Hall Group – в 2017 г. намерены увеличить бюджет на внедрение и поддержку EdTech-решений для корпоративного обучения. [Brandon Hall Group Study]

The logo for edcast features the word "edcast" in a dark grey sans-serif font. To the left of the text is a stylized icon consisting of three curved lines in shades of teal and blue, resembling a signal or broadcast symbol.The logo for inkling features the word "inkling" in a lowercase, rounded sans-serif font. The letters are colored in a gradient from blue on the left to green on the right.The logo for NovoED features a stylized icon of three horizontal bars of varying lengths, colored in shades of blue and teal, followed by the text "NovoED" in a bold, dark blue sans-serif font.The logo for CODEMY features a stylized icon of a graduation cap (mortarboard) above the word "CODEMY" in a bold, dark grey sans-serif font.The logo for galvanize features the word "galvanize" in a lowercase, rounded sans-serif font. The letters are colored in a gradient from orange to yellow.The logo for allen interactions features the word "allen" in a lowercase, dark blue sans-serif font, followed by the word "interactions" in a lowercase, bold, dark blue sans-serif font.

| MOOC-платформы

Отдельная подкатегория – MOOC-платформы. В карьерно-возрастной классификации они относятся частично к высшему образованию, частично к профессиональному и навыковому обучению.

У массовых открытых онлайн-курсов на начало 2016 г. насчитывалось больше 35 млн слушателей.
[Class Central]

Как и прежде, тон задает флагман направления – Coursera. По оценке экспертов, выручка компании в 2016 г. могла составить \$50–80 млн при 25 млн зарегистрированных пользователей. Основной способ заработка – выдача платных дипломов и сертификатов по окончании курса. Новые модели монетизации: дистанционные MBA-программы совместно с вузами (действует пилотный проект с Университетом Иллинойса); изначально платные курсы – так называемые «специализации»; создание корпоративных образовательных центров – Coursera for Business.

Еще один пример переосмысления бизнес-модели MOOC – запущенный в марте 2014 г. на платформе edX курс Массачусетского технологического института по big data. При стоимости \$495 он собрал около 3,5 тыс. слушателей из 88 стран.

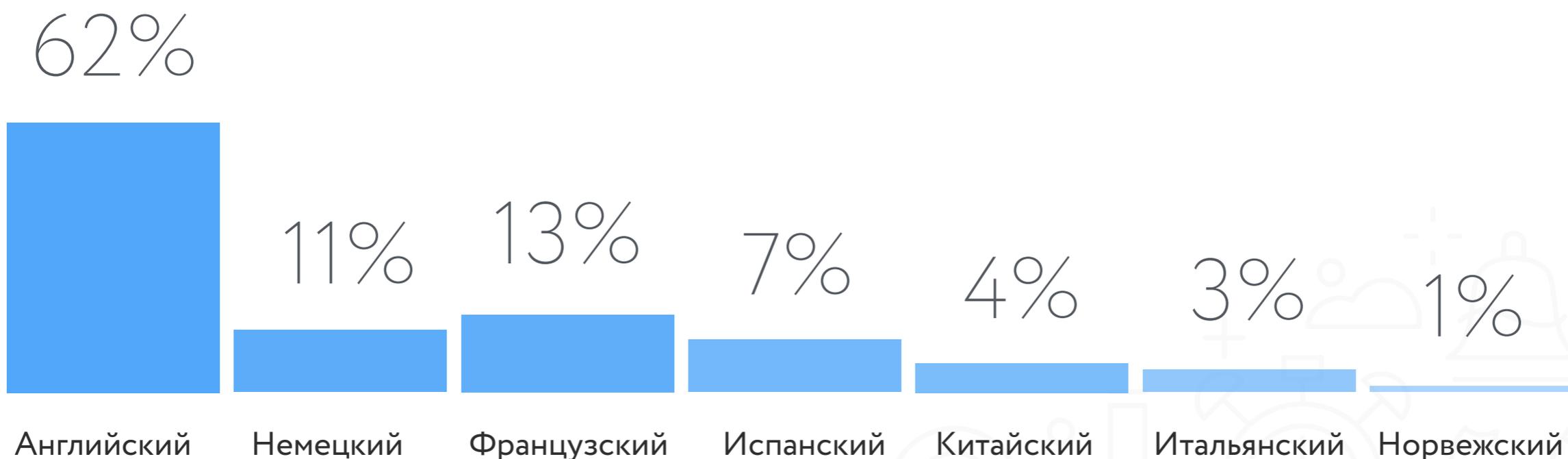


Языковое обучение

Как исключение в карьерно-возрастной классификации выделяется сегмент обучения языкам — в силу его величины и специфики.

В 2015 г. объем мирового рынка обучения английскому языку составлял \$60 млрд, с проникновением онлайн на уровне 2%. [Ambient Insight, Skyeng]

В 2017–2021 гг. «цифровая» часть рынка обещает расти в среднем на 23,36% в год — быстрее отрасли в целом. [Technavio]



На графике показана популярность языков по числу частных преподавателей, обучающих им [Ambient Insight 2012, Tehnologia Rosta, InFOLIO Research Group, Skyeng]





Крупнейшие сделки и инвестиции

| Крупнейшие сделки и инвестиции

По итогам 2016 г. объем мировых инвестиций в EdTech уменьшился приблизительно на 30% — до \$2,0-2,2 млрд. Но, судя по более широкому контексту, это не признак стагнации, а отражение мировых трендов.

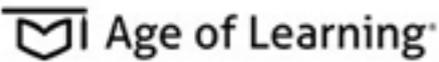
- В относительном выражении спад не резче, чем на других технологических и связанных с digital рынках. Так, в 2016 г., согласно оценке KPMG, общие вложения в финтех, находящийся, по мнению экспертов, на подъеме, сократились до \$24,7 млрд — на 47,2% по сравнению с 2015 г.
- Сам рынок онлайн-образования в количественных показателях растет.
- Внутри отрасли меняются тренды, а с ними и инвестиционные приоритеты. Вложения с наибольшей вероятностью будут получать:
 - компании с доказанной бизнес-моделью;
 - стартапы из самых «горячих» ниш (K-12, языковое обучение и т. д.);
 - заметные и перспективные игроки в регионах, растущих быстрее рынка в среднем (Юго-Восточная Азия, Восточная Европа).

Источники: CB Insights, Pitchbook, Crunchbase, собственные данные компаний.

| Крупнейшие инвестиции и сделки

Инвестиция / покупка	Описание	Раунд / сделка	Общая сумма инвестиций	Год
 <p>lynda.com www.lynda.com</p>	образовательная платформа для профессионального и навыкового обучения	\$1,5 млрд (куплена LinkedIn)	\$289 млн (до покупки)	2015
 <p>www.hotchalk.com</p>	LMS для школьного и высшего образования	\$230 млн	\$343 млн	2015
 <p>www.itutorgroup.co</p>	образовательная платформа с фокусом на языковом обучении	около \$200 млн	\$315 млн	2015
 <p>www.udacity.com</p>	МООС для навыкового и профессионального обучения	\$105 млн	\$150 млн	2015

| Крупнейшие инвестиции и сделки

Инвестиция / покупка	Описание	Раунд / сделка	Общая сумма инвестиций	Год
 www.17zuoye.com	онлайн-платформа для онлайн-обучения для дошкольников и школьников	\$100 млн	\$135 млн	2015
 www.ageoflearning.com	онлайн-платформа для обучения дошкольников	\$150 млн	\$150 млн	2016
 — 美国小学在家上 — www.vipkid.com.cn	образовательная платформа с фокусом на языковом обучении	\$100 млн	\$118 млн	2015
 www.byjus.com	онлайн-платформа для школьного образования и подготовки к	\$75 млн (+\$30 млн в мар. 2017 г.)	\$215 млн	2016

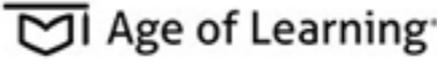
| Крупнейшие инвестиции и сделки

Инвестиция / покупка	Описание	Раунд / сделка	Общая сумма инвестиций	Год
 www.udemy.com	маркетплейс образовательных курсов, MOOC	\$60 млн	\$173 млн	2016
 www.yuantiku.com	онлайн-платформа для школьного и высшего образования	\$40 млн	\$124 млн	2016
 PLURALSIGHT www.pluralsight.com	платформа для профессионального и навыкового обучения	\$30 млн	\$162,5 млн	2016
 LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES® www.laureate.net	сеть частных вузов с фокусом на онлайн-образовании	\$490 млн (привлечено на IPO)	N/A	2017



Заметные игроки рынка

	
<p>Штаб-квартира: США</p>	<p>Штаб-квартира: США</p>
<p>Год основания: 2008</p>	<p>Год основания: 2004</p>
<p>Специализация: высшее образование, навыковое профессиональное, послевузовское обучение</p>	<p>Специализация: навыковое и профессиональное обучение</p>
<p>Капитализация: \$1,778 млрд (NASDAQ)</p>	<p>Рыночная оценка стоимости: более \$1 млрд</p>
<p>Описание: облачная платформа для дистанционного обучения, преимущественно в высшем — особенно университетском — образовании. 2U предлагает онлайн-занятия в небольших, на 10–12 человек, классах. Компания заключает договоры с ведущими университетами, такими как Беркли, и работает с ними по принципу разделения прибыли.</p>	<p>Описание: онлайн-платформа для обучения в области программирования, компьютерных систем, IT. Монетизация — подписка на доступ к сервису, как для конечных пользователей (\$299 в год), так и для корпоративных клиентов (\$499 соответственно). По информации самой компании, величина ее выручки в 2016 г. находилась в диапазоне \$100–200 млн. Согласно оценке CB Insights, один из пяти наиболее вероятных кандидатов на проведение IPO в 2017 г. среди частных американских компаний.</p>

	
Штаб-квартира: Китай	Штаб-квартира: США
Год основания: 2004	Год основания: 2007
Специализация: языковое обучение, дополнительное школьное обучение	Специализация: раннее, дошкольное и школьное образование
Рыночная оценка стоимости: более \$1 млрд	Рыночная оценка стоимости: более \$1 млрд
<p>Описание: одна из крупнейших в мире образовательных платформ. Фокус — на дистанционном обучении языкам с помощью репетиторов-наставников. В настоящее время iTutor Group объединяет свыше 10 тыс. преподавателей из 60 с лишним стран и предлагает доступ более чем к 16 тыс. часов контента. Представляет собой конгломерат продуктов: VipABC, TutorABC и TutorJr — для изучения английского, TutorMing — для изучения китайского, VipJR — для подготовки к стандартным школьным и языковым экзаменам (TOEFL и др.), LiveH2H — коммуникационная платформа. Среди инвесторов — Alibaba Group и Goldman Sachs.</p>	<p>Описание: якорный продукт компании — ABCMouse.com, платформа для обучения детей 2–8 лет в игровой форме — с помощью собственно игр, головоломок, видео и электронных книг. В ее базе более 8,5 тыс. заданий и свыше 850 отдельных уроков по освоению различных предметов и навыков, от чтение и азов математики до рисования и коммуникативных способностей. Зарабатывает на месячных и годовых подписках для конечных пользователей (\$8 в месяц, \$80 в год). Школам и другим образовательным организациям предлагаются схемы использования продукта на безвозмездной основе. Выручка, по оценке TechCrunch, превысила \$100 млн. Первая же инвестиция в проект — со стороны ICONIQ Capital, фонда Марка Цукерберга, — составила \$150 млн.</p>

	
Штаб-квартира: Китай	Штаб-квартира: США
Год основания: 2001	Год основания: 2004
Специализация: языковое обучение	Специализация: школьное и высшее образование
Рыночная оценка стоимости: более \$1 млрд	Рыночная оценка стоимости: \$690 млн по итогам последнего инвестраунда
<p>Описание: более 20 тыс. курсов на 11 языках, более 140 млн пользователей, причем 110 млн из них — мобильные. Платформа предлагает образовательные сервисы для подготовки к экзаменам локального (Китай) и международного уровня, обучения профессиональным навыкам, обучения языкам. Главные ЦА компании — «белые воротнички» и студенты. Вместе с тем в 2017 г. она начала активно привлекать к сотрудничеству преподавателей английского по всему миру с прицелом на обучение детей. Также она развивает направление CCTalk — платформу для обучения с помощью онлайн-стриминга, преподавать на которой может любой желающий. В числе инвесторов HuJiang — китайский интернет-гигант Baidu.</p>	<p>Описание: цифровая образовательная среда, объединяющая LMS, библиотеку учебных материалов, инструменты для преподавателей. Также компания поддерживает онлайн-комьюнити HotChalk Education Network, объединяющее учеников, их родителей и учителей. На текущий момент она привлекла инвестиций в общей сложности на \$344 млн. Конечные пользователи сервиса оплачивают подписку на него. Приоритетное направление развития HotChalk — b2b2c. По такой схеме она сотрудничает, в частности, с Университетом Конкордия, полностью обеспечивая ему работу «виртуальных классов» и получая взамен около половины денег, которые платят за дистанционное обучение студенты.</p>

	
Штаб-квартира: США	Штаб-квартира: США
Год основания: 2012	Год основания: 1999
Специализация: навыковое обучение	Специализация: дошкольное и школьное обучение
Рыночная оценка стоимости: \$1,1 млрд	Капитализация: \$800 млн (NYSE)
<p>Описание: одна из ведущих MOOC-площадок в мире. На Udacity доступны курсы по прикладным техническим дисциплинам и навыкам, в первую очередь программированию. Бизнес-модель сродни классическому freemium: часть курсов открыта для всех, часть платна и предусматривает выдачу профессиональных сертификатов после успешного прохождения. Важное направление развития платформы – Udacity for Business: обучающие программы, составляемые по заказу корпоративных клиентов. В ноябре 2015 г. компания привлекла \$105 млн при оценке более чем в \$1 млрд.</p>	<p>Описание: поставщик онлайн-сервисов и контента для индивидуализированного дистанционного дошкольного и школьного обучения. На начало 2015 г. львиную долю заработка K12 Inc. (98%) приносили так называемые managed schools – онлайн-школы под полным ее управлением, в которых всю ответственность за образовательный процесс она брала на себя как подрядчик. Постепенно в структуре доходов компании увеличивается доля non-managed schools – тех, которые лишь покупают доступ к сервису и материалам K12 для своего преподавательского состава.</p>

	
Штаб-квартира: США	Штаб-квартира: США
Год основания: 2009	Год основания: 2008
Специализация: навыковое обучение	Специализация: школьное обучение, адаптивное обучение
Рыночная оценка стоимости: \$710 млн по итогам последнего инвестраунда	Капитализация: \$502,3 млн на май 2016 года
<p>Описание: маркетплейс образовательных курсов. Преобладающие тематики – программирование, компьютерные системы, дизайн. В зависимости от обстоятельств администрация площадки делится прибылью с автором программы в разных пропорциях – от 25 до 97% в пользу второго. Кроме того, Udemy продает доступ к курсам по модели b2b и предоставляет корпоративным клиентам инструментарий для работы с их собственным контентом.</p>	<p>Описание: платформа для адаптивного обучения. На основании данных о поведении студента, тех темпов, с которыми он осваивает материал, выстраивается его индивидуальная образовательная траектория. Придерживаясь модели b2b, Knewton проводит интеграции с крупными игроками рынка EdTech. В частности, вместе с мировым гигантом образования Pearson работает над персонализацией изучения математики в начальной школе. Всего на сегодняшний день в компанию вложено \$157 млн.</p>



Онлайн-образование в России

| Объем рынка

2016 год

1,8 трлн руб.

Весь рынок

19,2% — 351,7 млрд руб.

Доля частного бизнеса

1,1% — 20,7 млрд руб.

Онлайн-образование



2021 год

2 трлн руб.

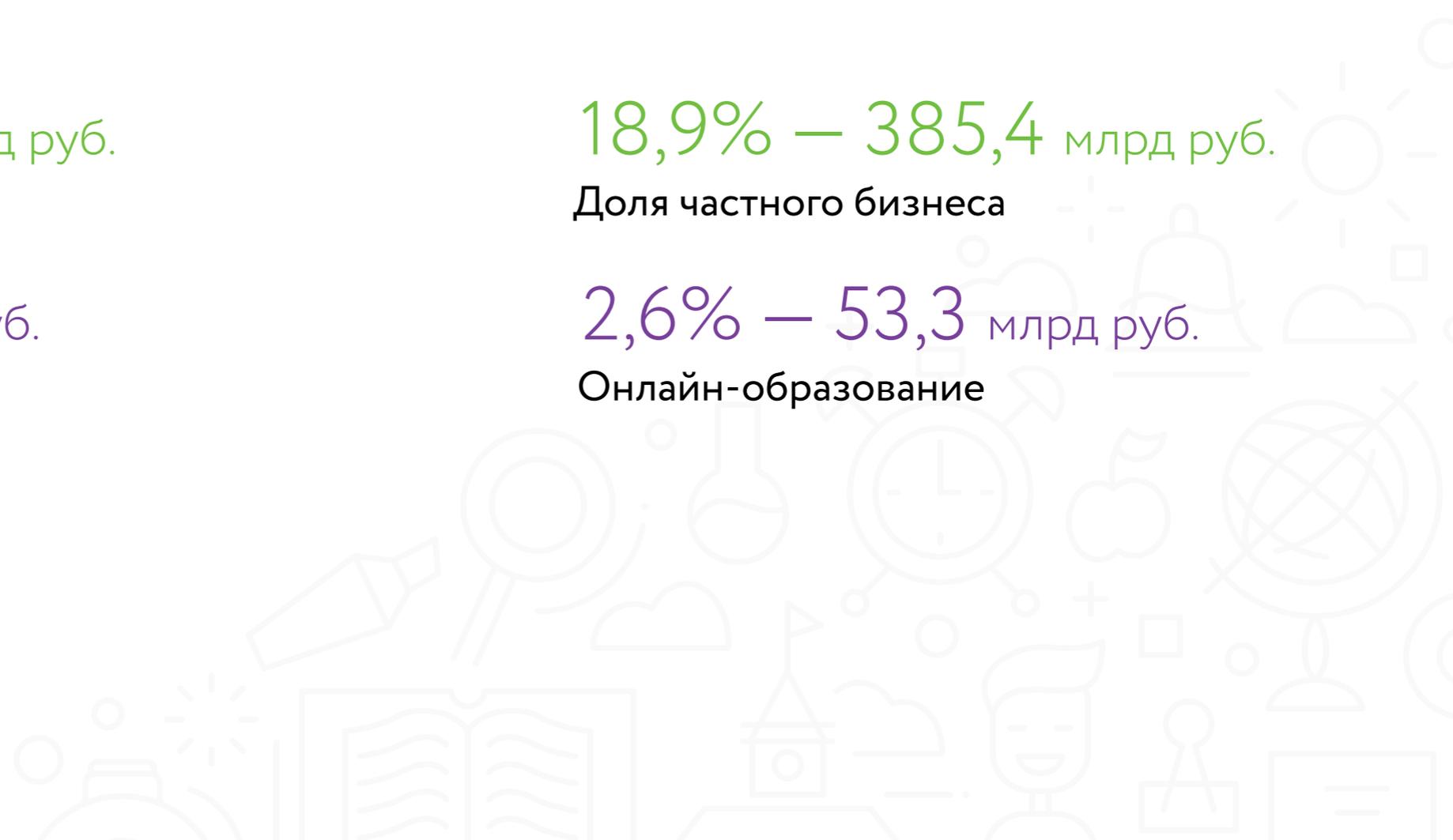
Весь рынок

18,9% — 385,4 млрд руб.

Доля частного бизнеса

2,6% — 53,3 млрд руб.

Онлайн-образование



Структура рынка на 2016 год

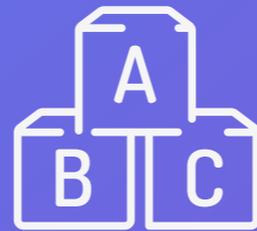
Дошкольное образование	Общее среднее образование	Доп. школьное образование	Высшее образование	Среднее проф. образование	Доп. проф. образование	Языковое обучение*
462 млрд р.	572 млрд р.	130 млрд р.	386 млрд р.	146 млрд р.	105 млрд р.	31 млрд р.
Доля частного бизнеса	Доля частного бизнеса	Доля частного бизнеса	Доля частного бизнеса	Доля частного бизнеса	Доля частного бизнеса	Доля частного бизнеса
9,7% 45 млрд р.	5% 28 млрд р.	100% 130 млрд р.	8,9% 34 млрд р.	4,4% 6 млрд р.	73% 77 млрд р.	100% 31 млрд р.
Онлайн-образование	Онлайн-образование	Онлайн-образование	Онлайн-образование	Онлайн-образование	Онлайн-образование	Онлайн-образование
0,1% 0,6 млрд р.	~0%	2,7% 3,6 млрд р.	1,8% 6,8 млрд р.	0,4% 0,6 млрд р.	6,7% 7 млрд р.	7% 2,2 млрд р.

* Более точные данные по рынку языкового обучения — во второй части исследования (май 2017 г., <http://edumarket.digital>).

Структура рынка на 2021 год

Дошкольное образование	Общее среднее образование	Доп. школьное образование	Высшее образование	Среднее проф. образование	Доп. проф. образование	Языковое обучение*
548 млрд р.	699 млрд р.	149 млрд р.	336 млрд р.	175 млрд р.	103 млрд р.	31 млрд р.
Доля частного бизнеса	Доля частного бизнеса	Доля частного бизнеса	Доля частного бизнеса	Доля частного бизнеса	Доля частного бизнеса	Доля частного бизнеса
9,6% 53 млрд р.	5,8% 41 млрд р.	100% 149 млрд р.	7,9% 26 млрд р.	5,5% 9,7 млрд р.	73% 76 млрд р.	100% 31 млрд р.
Онлайн-образование	Онлайн-образование	Онлайн-образование	Онлайн-образование	Онлайн-образование	Онлайн-образование	Онлайн-образование
0,3% 1,7 млрд р.	1,5% 10 млрд р.	6,8% 10 млрд р.	4,4% 15 млрд р.	1% 1,8 млрд р.	10,9% 11 млрд р.	10,7% 3,3 млрд р.

* Более точные данные по рынку языкового обучения — во второй части исследования (май 2017 г., <http://edumarket.digital>).



Дошкольное образование

| Сегмент общего дошкольного образования

Инфраструктура общего дошкольного образования включает в себя государственные и частные детские сады, преимущественно для детей в возрасте от 4 до 6 лет. В расширенную когорту входят и воспитанники ясельных групп в возрасте 1–3 лет, однако их доля незначительна, и применительно к предмету исследования мы сочли разумным ею пренебречь. Всего в России, по данным Росстата на конец 2015 г., насчитывалось 50 115 организаций дошкольного образования.

На сегодняшний день, по нашим подсчетам, государственный сектор занимает порядка 93% рынка услуг общего дошкольного образования, однако, учитывая общий объем рынка, оставшиеся 7% в денежном выражении составляют внушительную сумму. При наметившейся динамике проникновения бизнеса в сферу общего дошкольного образования мы прогнозируем, что рынок частных услуг в ней к 2021 г. вырастет на 6,5 млрд руб.

Почти все услуги, оказываемые в сегменте общего дошкольного образования, приходятся на решение образовательных задач, <1% – на услуги по присмотру и уходу за детьми. Спектр услуг в частных дошкольных учреждениях, как правило, заметно шире, чем в бюджетных. Более разнообразны и услуги дополнительного образования для детей дошкольного возраста, включая воспитание по авторским методикам (например, педагогика Монтессори).



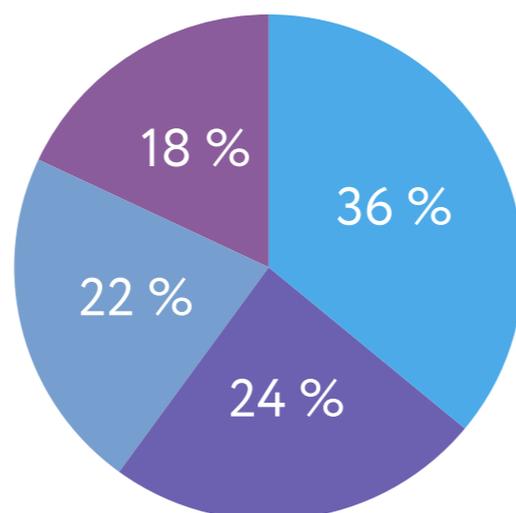
Сегмент дополнительного дошкольного образования

По данным исследования НИУ ВШЭ «Мониторинг экономики образования» (2016), приблизительно 64% всех воспитанников детских садов получают дополнительное образование.

Где получают дополнительное дошкольное образование

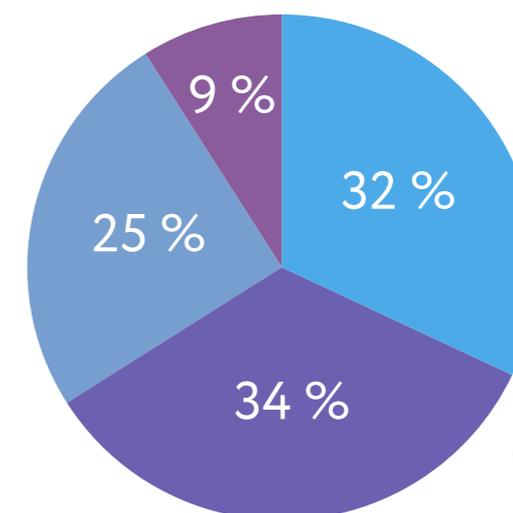
Воспитанники гос. садов

- не получают
- только в саду
- и там и там
- только вне сада



Воспитанники частных садов

- не получают
- только в саду
- и там и там
- только вне сада



Исследование НИУ ВШЭ показало, что спрос на услуги дополнительного образования в сторонних организациях, то есть вне детского сада, выше среди родителей, чьи дети посещают именно государственные учреждения, тогда как воспитанники частных детских садов в большинстве случаев получают дополнительные образовательные услуги в своем же учреждении.

Добавим, что в настоящее время детей, которые не посещают никаких дошкольных учреждений, насчитывается порядка 3,4 млн. И это потенциальная аудитория услуг дополнительного дошкольного образования.

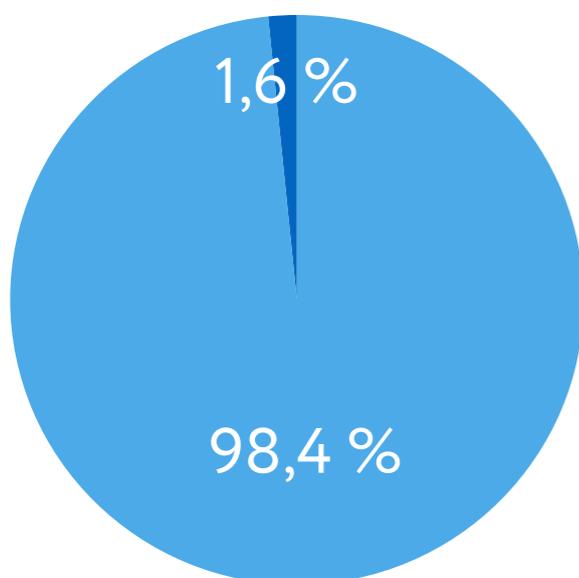
Среди наиболее востребованных услуг в сегменте дополнительного дошкольного образования — занятия в музыкальных и творческих кружках, занятия с отдельными специалистами (в частности, с логопедами и психологами), подготовка детей к школе, спорт, а также обучение иностранным языкам.

Аудитория дошкольного образования



8,6 млн

Посещают детские сады

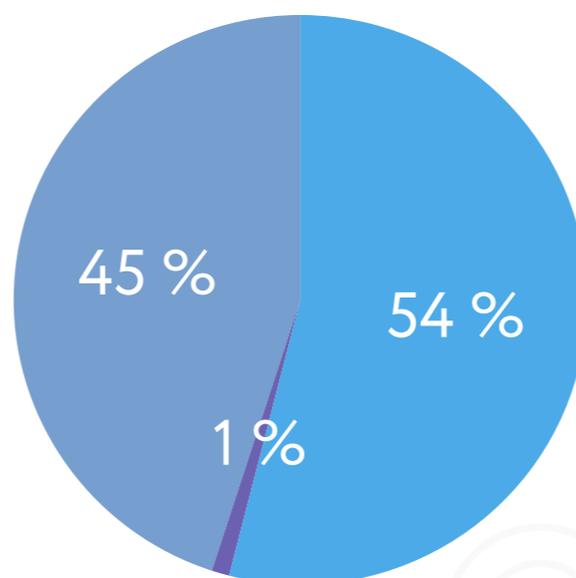


- в государственных садах
- в частных садах

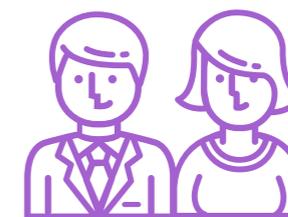


5,5 млн

Получают доп. образование

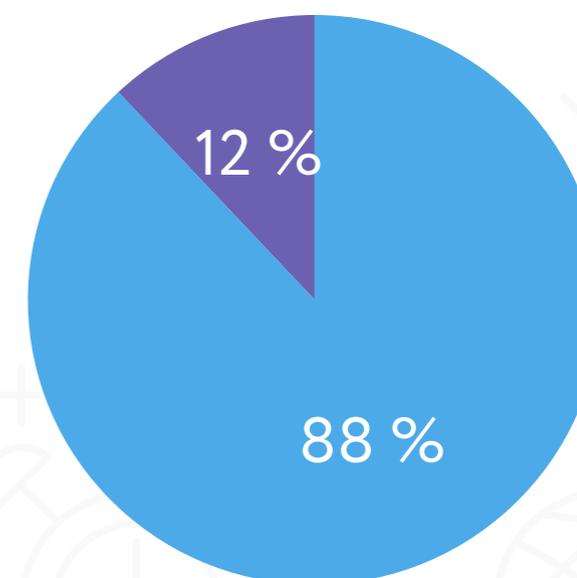


- в государственных садах
- в частных садах
- в сторонних частных организациях или у педагогов



2,8 млн

Обучаются на курсах для родителей



- учатся бесплатно
- учатся платно

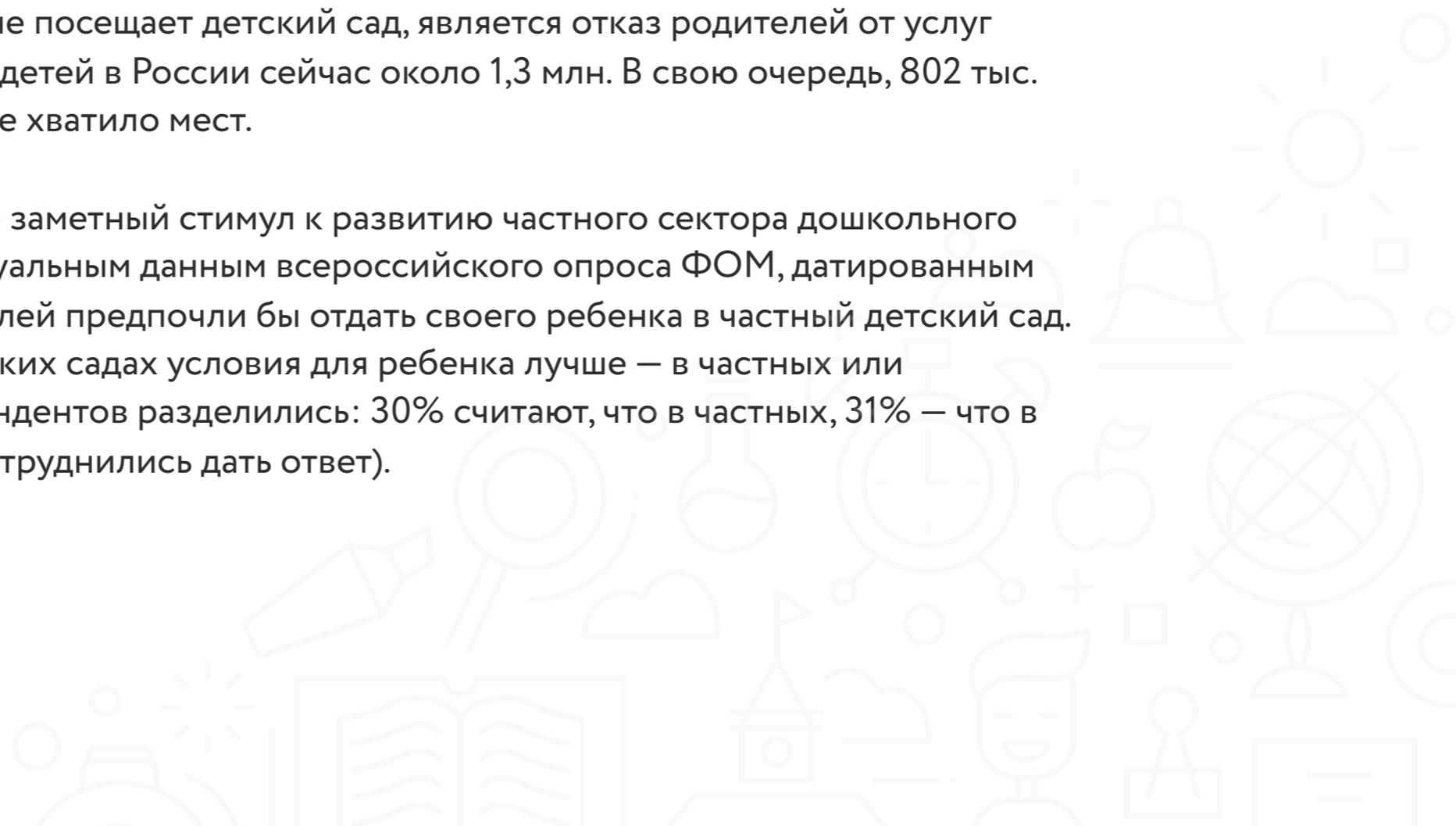
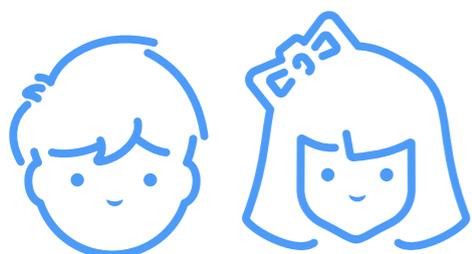
* Здесь приводятся прогнозные показатели на 2021 г.

| Аудитория детских садов

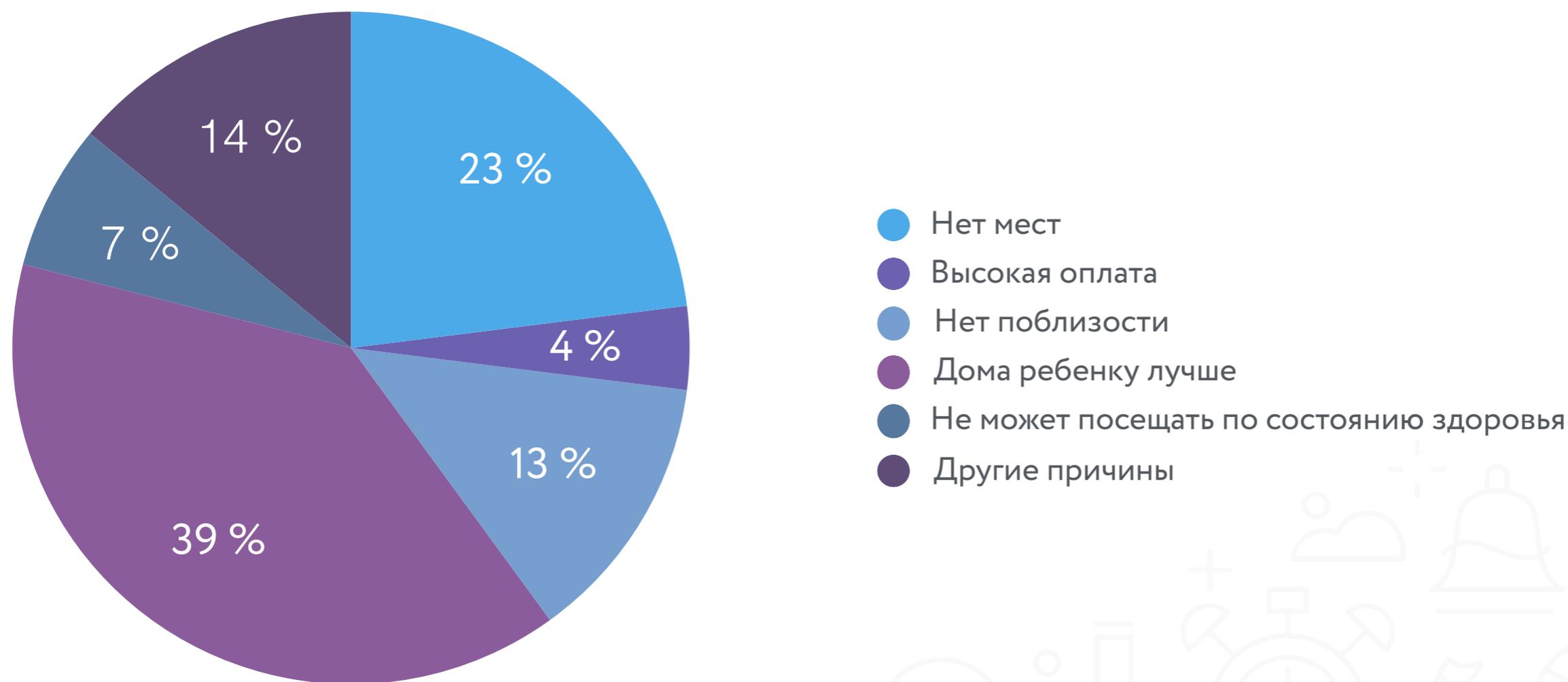
На текущий момент в дошкольные учреждения России ходит около 7,5 млн детей. Согласно Росстату, 69% всех дошкольников в стране посещали детский сад в 2016 г. Мы прогнозируем постепенный рост показателя — вплоть до 76% к 2021 г. В наших расчетах учтены динамика демографической ситуации и увеличение числа мест в детских дошкольных учреждениях.

Как отмечалось ранее, дошкольников, не посещающих детские сады, сегодня насчитывается около 3,4 млн. Показатель снижается, и тем не менее на начало 2021 г. приблизительно 2,6 млн детей дошкольного возраста по разным причинам будут исключены из системы общего дошкольного образования. По данным выборочного обследования Росстата (2015), самой распространенной причиной, по которой ребенок не посещает детский сад, является отказ родителей от услуг дошкольных учреждений: таких детей в России сейчас около 1,3 млн. В свою очередь, 802 тыс. дошкольников в детских садах не хватило мест.

Нехватка мест в детских садах — заметный стимул к развитию частного сектора дошкольного образования. По последним актуальным данным всероссийского опроса ФОМ, датированным 2013 г., 15% опрошенных родителей предпочли бы отдать своего ребенка в частный детский сад. Относительно того, в каких детских садах условия для ребенка лучше — в частных или государственных, мнения респондентов разделились: 30% считают, что в частных, 31% — что в государственных (оставшиеся затруднились дать ответ).



Причины непосещения детских садов



* По данным выборочного обследования домохозяйств с детьми, Росстат, 2015.

Очереди в детских садах

Хотя образовательная система РФ в ближайшей перспективе будет охватывать все большую долю дошкольников, в конце 2016 г. численность детей дошкольного возраста, зарегистрированных в очереди на прием в детские сады, приближалась к 2,6 млн человек. До зачисления в сад ребенок может находиться в очереди 2–4 года.

По сведениям Росстата, в 2016 г. на 1 тыс. детей в России приходилось в среднем 626 мест в детских садах. Однако детальная статистика указывает на то, что в отдельных частях страны ситуация значительно более острая.



Развитие частной образовательной инфраструктуры в упомянутых округах представляет особый интерес: учитывая два показателя — длину очередей на прием в детские сады и доли родителей, отказавшихся от услуг дошкольных учреждений, — можно говорить о перспективах бизнеса в этих частях страны применительно как к общему дошкольному, так и к дополнительному детскому образованию.

I Государственная политика

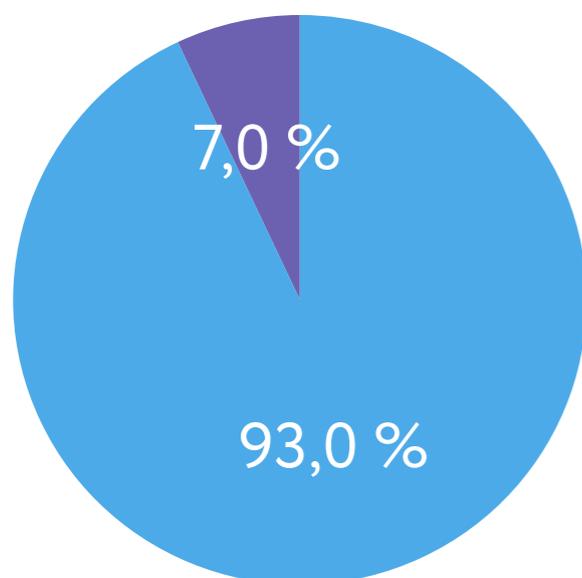
Государственная политика России в сфере дошкольного образования сегодня направлена на создание условий для эффективной реализации плана «частно-государственного партнерства». Среди ее ключевых целей – решение проблемы доступности дошкольного образования за счет укрупнения частного сектора, повышение качества услуг и снижение инвестиционных рисков. По итогам круглого стола при Совете Федерации в апреле 2013 г. были составлены рекомендации ответственным органам Совфеда и Министерства образования РФ по разработке регламента частного-государственного партнерства в сфере дошкольного образования, контроля и мониторинга правоприменительной практики в этом направлении: «При рассмотрении федерального закона № 238827-6 „Об основах государственно-частного партнерства в Российской Федерации“ предусмотреть механизмы государственно-частного партнерства на разных уровнях государственной власти и местного самоуправления».

В соответствии с государственной программой Российской Федерации «Развитие образования» на 2013–2020 гг. **увеличение роли негосударственного сектора в предоставлении услуг дошкольного и дополнительного образования детей закреплено в качестве одного из направлений развития образования.** Исследователи НИУ ВШЭ отмечают, что механизмы государственного регулирования в этой сфере требуют существенных доработок: «Один из путей решения комплекса проблем современного дошкольного образования – расширение спектра его организационно-правовых форм, что подразумевает подключение негосударственного сектора к решению государственных проблем. Ст. 43 Конституции РФ предполагает, что образование может быть предоставлено не только в государственных и муниципальных организациях, но и „на предприятиях“. Эта формулировка может быть основой для развития негосударственного сектора дошкольного образования, хотя стратегически эта статья должна оказаться в ряду тех, которым требуются изменения для более четкой современной формулировки».

Объем рынка дошкольного образования

516,2
млрд руб.

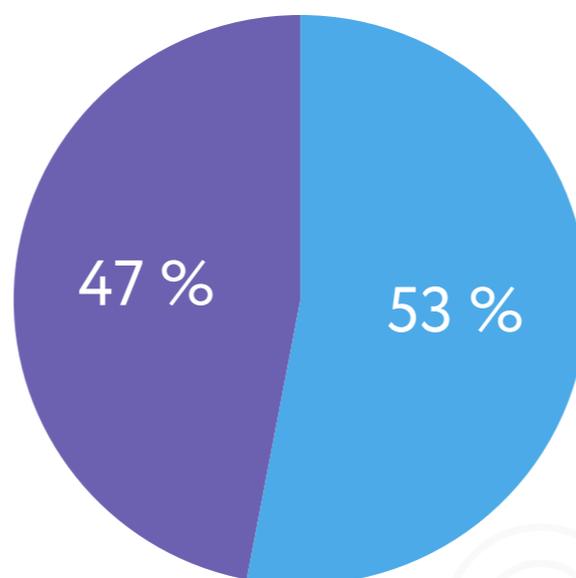
Услуги детских садов



● государственные
● частные

31,1
млрд руб.

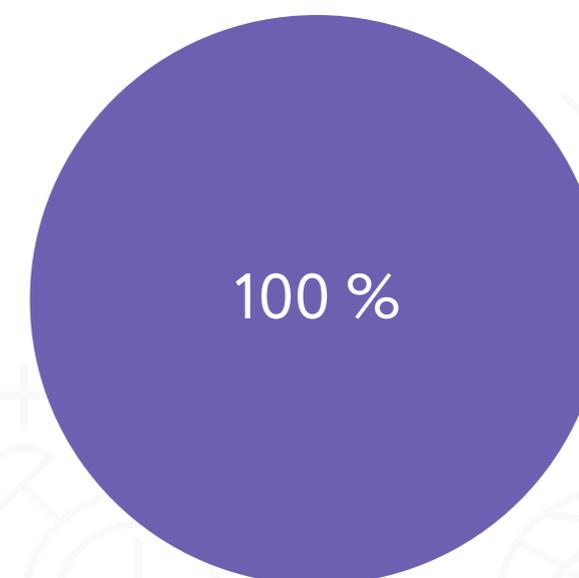
Доп. образование
для детей



● государственные
● частные

0,2
млрд руб.

Доп. образование
для родителей



● частные

* Здесь приводятся прогнозные показатели на 2021 г.

| Объем рынка общего дошкольного образования

По нашей оценке, общий объем российского рынка дошкольного образования в 2016 г. составил порядка 434,5 млрд руб. Из них на частные детские сады приходится 31,8 млрд руб. В итоговой сумме учтены годовые выплаты из бюджета в расчете на одного воспитанника и сумма родительской платы за услуги детских садов. Средняя величина государственного норматива — 47 тыс. руб. в год. Показатель варьируется в зависимости от региона. Так, в Москве он равен 36 тыс. руб., а в Республике Коми — 114 тыс. руб.

Соответствующий норматив, выделяемый государством, доступен и частным детским садам. В 2016 г. бюджеты частных дошкольных учреждений на 80% формировались из денег, вносимых родителями, и на 20% из бюджетных отчислений в расчете на одного воспитанника; мы говорим о 5,4 млрд руб. обязательных отчислений из бюджета, доступных частному бизнесу. В то же время плата за услуги частных детских садов со стороны населения составила в общей сложности 26,3 млрд руб. Средняя сумма родительской платы, по результатам анализа и сопоставления расценок в российских частных детских садах, составила 229 тыс. руб. в 2016 г. (в Москве и МО — 335 тыс. руб.). Итого в 2016 г. частные детские сады получали в среднем около 252 тыс. руб. в год на одного воспитанника.

Принимая во внимание демографический прогноз, мы ожидаем, что в 2021 г. объем рынка общего дошкольного образования вырастет до 516,3 млрд руб. и, таким образом, приблизится к объему рынка общего среднего образования за 2016 г. В свою очередь, динамика развития частного сектора услуг дошкольного образования позволяет говорить о росте в пределах 6,5 млрд руб. уже к 2021 г.

| Объем рынка дополнительного образования

Аудитория рынка дополнительного детского образования на текущий момент – приблизительно 4,8 млн детей. Из них 2,6 млн посещают дополнительные занятия в детских садах.

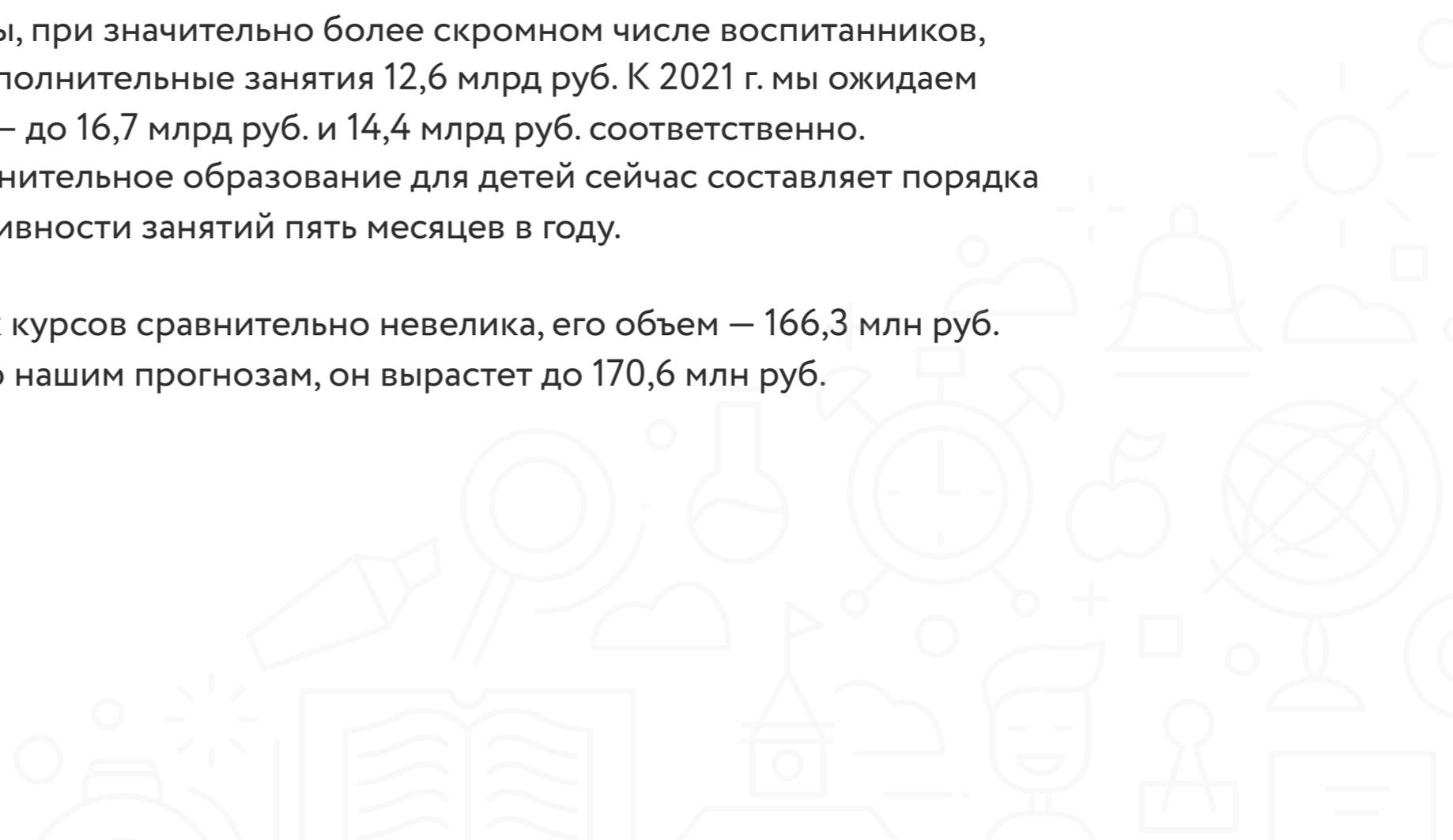
Предположительно, число воспитанников детских садов, получающих дополнительное образование, к 2021 г. достигнет 5,5 млн человек. Уже сейчас совокупный объем рынка дополнительных образовательных услуг составляет 27,4 млрд руб. В дальнейшем мы прогнозируем его рост до 31,3 млрд руб.

В 2016 г. родители детей, посещающих государственные детские сады, заплатили этим учреждениям за дополнительные образовательные услуги в общей сложности 14,6 млрд руб.

Между тем частные детские сады, при значительно более скромном числе воспитанников, получили от их родителей за дополнительные занятия 12,6 млрд руб. К 2021 г. мы ожидаем увеличения обоих показателей – до 16,7 млрд руб. и 14,4 млрд руб. соответственно.

Средний месячный чек за дополнительное образование для детей сейчас составляет порядка 1,5 тыс. руб. при средней интенсивности занятий пять месяцев в году.

Доля подсегмента родительских курсов сравнительно невелика, его объем – 166,3 млн руб. в 2016 г. Через пять лет, согласно нашим прогнозам, он вырастет до 170,6 млн руб.



Проникновение онлайн-образования

В дошкольном образовании наибольший потенциал цифровизации у сегмента дополнительного детского образования: результаты онлайн-опроса, проведенного нами в ходе исследования, указывают на сравнительно высокую долю проникновения онлайн-механик в нем. Единственное, на сегодняшний день монетизированы они в малой степени. Самая общая оценка проникновения онлайн в сферу дополнительного детского образования – 49%, включая бесплатные занятия через интернет. Иначе говоря, 49% опрошенных нами родителей, чьи дети посещали дополнительные занятия, пользовались инструментами онлайн-образования, тогда как платили за эти услуги в общей сложности лишь 3,2% респондентов. За пять лет аудитория онлайн вырастет до 8% от числа всех детей, получающих дополнительные образовательные услуги: с 242 тыс. в 2016 г. до 687 тыс. в 2021 г. В свою очередь, объем рынка онлайн-услуг в денежном выражении увеличится за тот же период почти в три раза и достигнет 1,7 млрд руб., то есть 5,5% от рынка услуг **дополнительного** дошкольного образования.

2016 год

0,6 млрд руб.

Онлайн 2,2%



2021 год

1,7 млрд руб.

Онлайн 5,5%

Под онлайн-технологиями в дополнительном образовании мы понимаем образовательные интернет-ресурсы для детей, развивающие мобильные приложения, компьютерные игры и обучающий видеоконтент. Все перечисленные форматы подходят для домашнего обучения, но требуют адаптации к общим образовательным программам детских садов. Достижению этой цели могут послужить b2b-решения в области разработки методик дистанционного и онлайн-обучения для детей, обучающий видео-, онлайн-контент для развития эмоционального интеллекта, памяти, логических способностей и т. д., а также смешанные (blended) формы обучения.

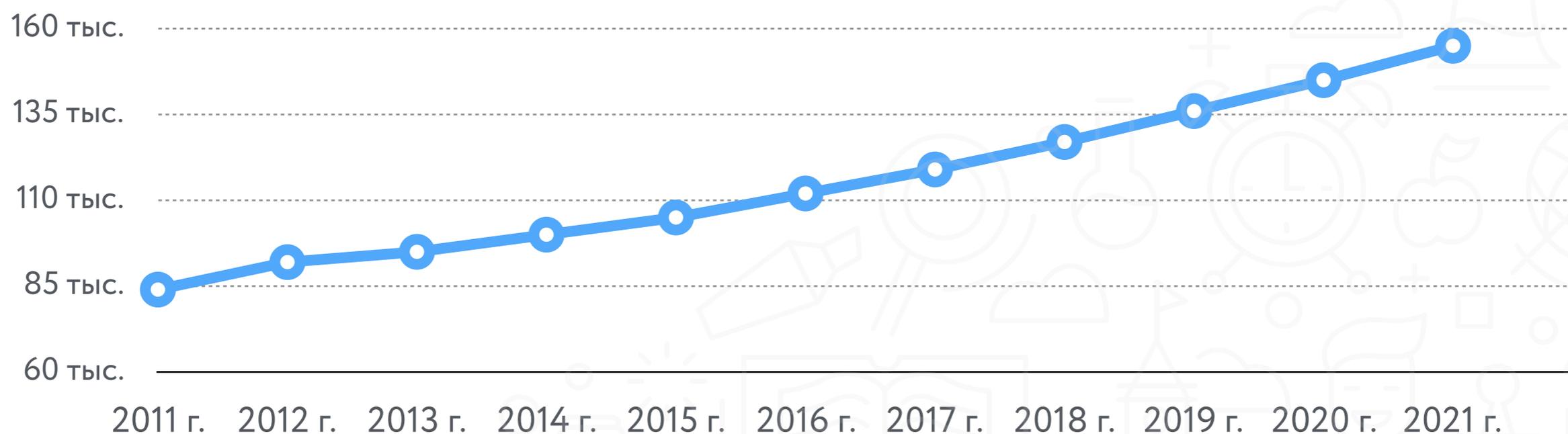


Общее среднее образование

Аудитория частных школ

В учреждениях среднего образования в 2015/2016 учебном году было около 15 млн учащихся. Система среднего образования охватывает 94% всех детей и подростков школьного возраста, живущих в стране. Из всех учащихся 39% состояло в начальной школе (в 1–4 классах), 44% получало основное общее образование (в 5–9 классах), 17% – общее среднее образование (в 10–11 классах).

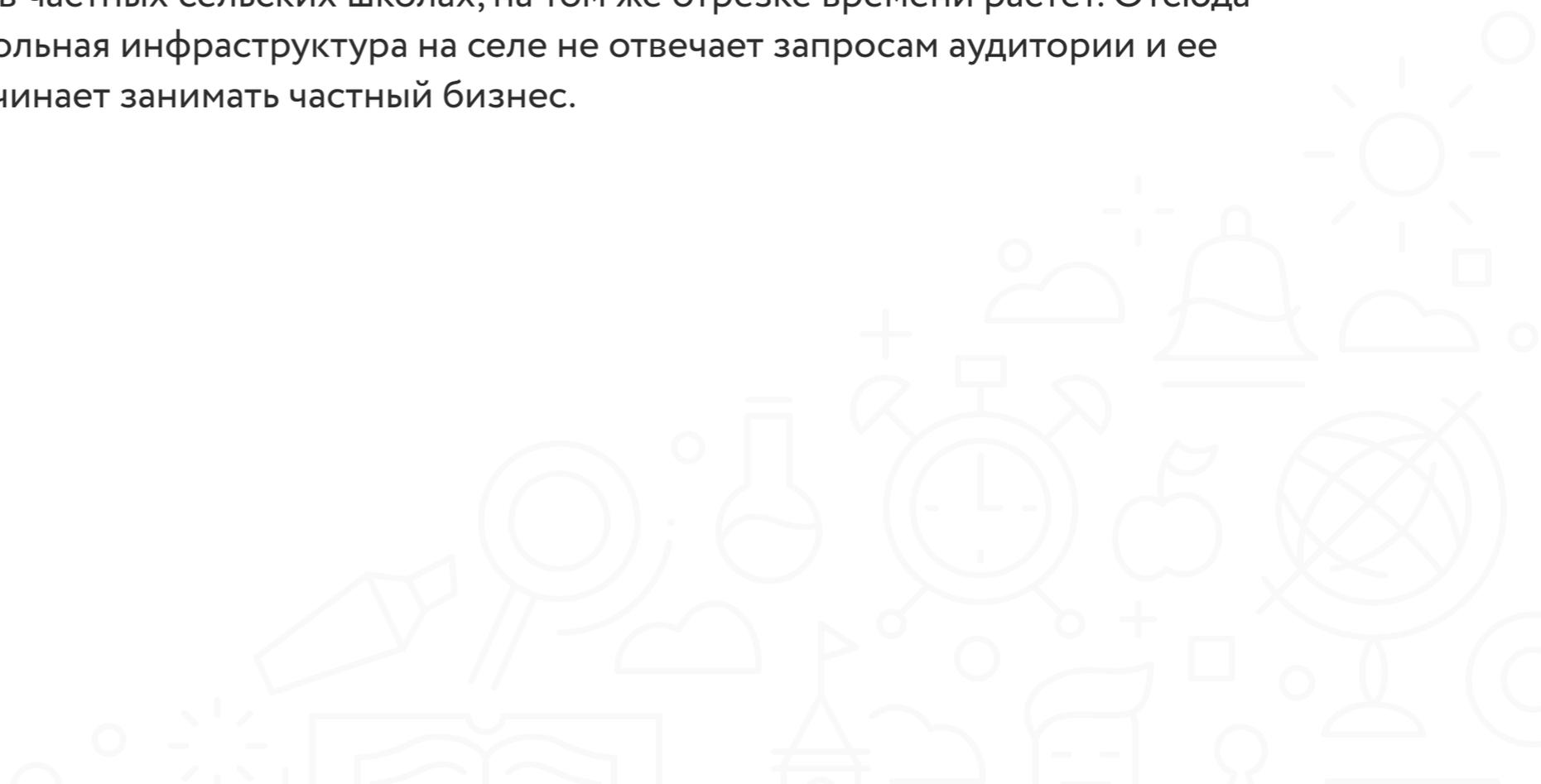
С учетом демографического прогноза численность учащихся к 2021 г. дойдет до 17,2 млн человек. По нашим расчетам, к тому времени реальная доля аудитории частных школ будет составлять 0,9% всех учащихся, но даже минимальный рост численности аудитории существенно увеличит объем рынка. В 2016 г. средний чек в расчете на одного учащегося частной средней школы был равен 254 тыс. руб. в год – он складывается из суммы НПФ и родительской платы (например, в Москве не самые высокие показатели НПФ, но велика сумма родительской платы, порядка 336 тыс. руб. в год, тогда как в регионах в среднем – 156 тыс. руб.). Согласно прогнозу, каждый год этот рынок будет увеличиваться более чем на 2 млрд руб. за счет увеличения аудитории. С 2011 по 2016 г. она выросла на 25%.



Малокомплектные школы

Одна из актуальных проблем системы общего образования РФ – труднодоступность школьного обучения в сельской местности. Удаленность школ от иных образовательных организаций, затрудненная транспортная доступность, низкая численность обучающихся – основные характеристики так называемых малокомплектных сельских школ. Для того чтобы обеспечивать работу таких организаций, государство вынуждено предпринимать дополнительные усилия, отдельно субсидируя малокомплектные школы за счет региональных бюджетов.

Далеко не всегда такая поддержка приводит к ожидаемому результату. Так, по данным Росстата и НИУ ВШЭ, количество учащихся в сельской местности в последние годы продолжает сокращаться. Едва ли это свидетельствует о не востребованности школьного образования на селе: согласно тем же источникам, количество детей, обучающихся в частных сельских школах, на том же отрезке времени растет. Отсюда следует, что государственная школьная инфраструктура на селе не отвечает запросам аудитории и ее место естественным образом начинает занимать частный бизнес.



| Качество образования в школах

Численность педагогического состава школ в РФ растет заметно медленнее, чем численность аудитории: так, по данным Росстата, в 2016 г. на 15 млн учащихся приходилось чуть больше 1 млн учителей (динамика показателей за пять лет приводится ниже). В частности, это может привести к увеличению количества малокомплектных школ в сельской местности — удаленных от больших городов и образовательных центров и страдающих от нехватки преподавателей.

В то же время с увеличением нагрузки на образовательную инфраструктуру растет доля родителей, недовольных качеством образовательных услуг: по результатам опроса ФОМ, доля родителей, отмечающих снижение качества школьного образования, с 2011 по 2016 г. увеличилась на 9 пп. — до 46%. Что касается фактического положения дел в школьном образовании, по данным ФОМ, **32% россиян оценивают ситуацию как плохую** (заметим, жители Москвы чаще, чем население в целом, давали негативные оценки — в 40% случаев).

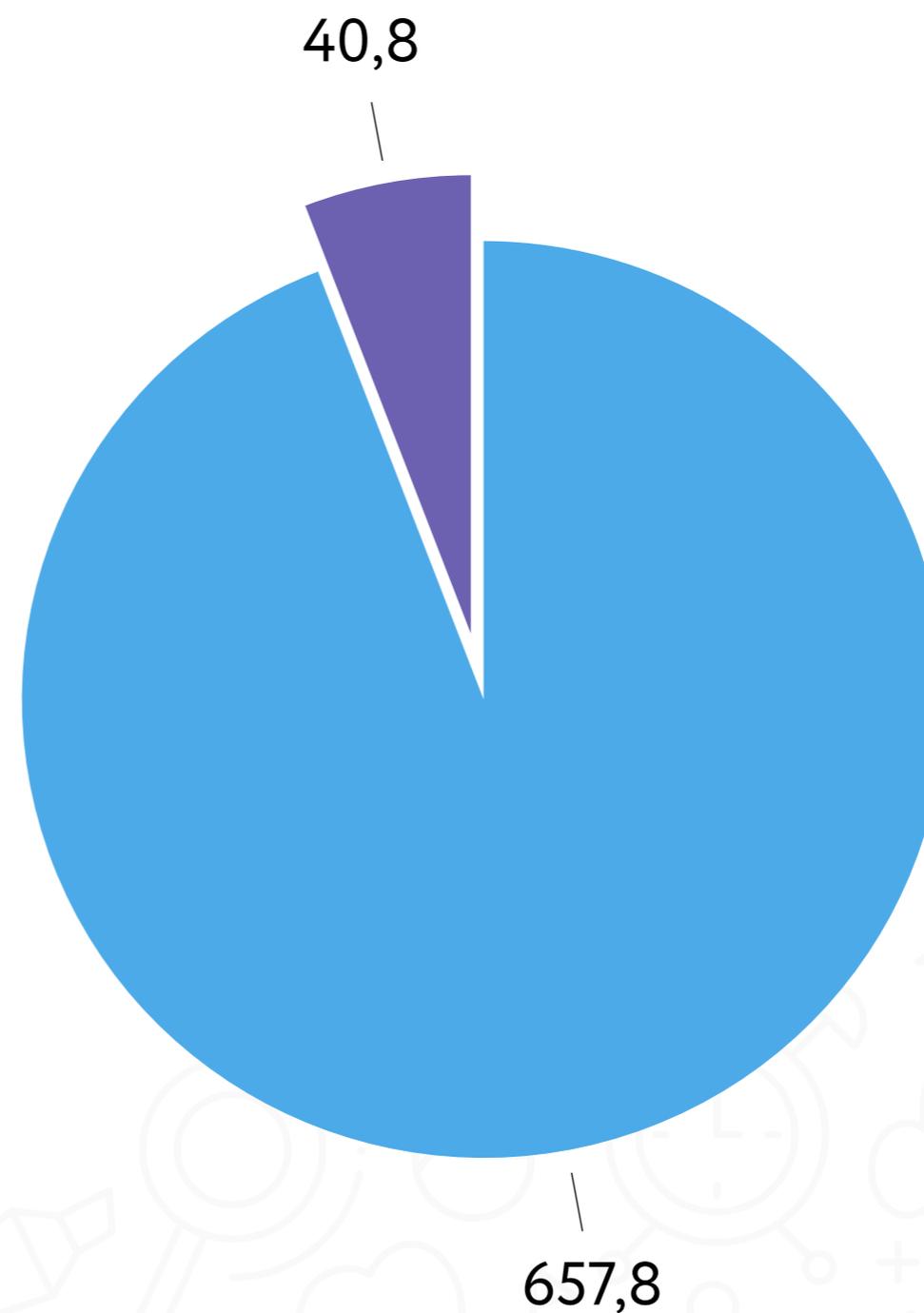


| Объем рынка общего среднего образования

698,6 млрд руб.

Общий объем рынка

- Услуги государственных школ
- Услуги частных школ



* Здесь приводятся прогнозные показатели на 2021 г.

| Объем рынка общего среднего образования

Совокупный объем российского рынка общего среднего образования в 2016 г. – около 572,5 млрд руб. Согласно нашим подсчетам, из всей суммы на рынок образовательных услуг, оказываемых государственными и муниципальными общеобразовательными организациями, приходилось 544,2 млрд руб. Общий объем рынка частных общеобразовательных школ составил 28,4 млрд руб.

Текущие расчеты основаны в первую очередь на действующих нормативах подушевого финансирования (НПФ), выделяемых государством на одного учащегося школы вне зависимости от формы ее собственности (частная или государственная), и на сумме потребительских расходов на обучение.

В 2016 г. НПФ в среднем равнялся 36 тыс. руб. в год. Изучив динамику государственных расходов на образование за предыдущие годы, мы пришли к заключению, что размер госфинансирования будет расти и в 2021 г. составит 39 тыс. руб. в год. Частные школы уже получают только от государства порядка 4,9 млрд руб. в год, а к 2021 г., по нашим оценкам, эта сумма достигнет 7,2 млрд руб. Отметим, что величина НПФ варьируется в зависимости от региона: в отдаленных частях страны (например, в Камчатском крае, Республике Коми, Магаданской области) норматив значительно выше и может достигать до 106 тыс. руб. Для сравнения: в Московской области он составляет 46 тыс. руб.

Помимо бюджетных денег, частный бизнес получает родительскую плату за обучение ребенка, и та составляет большую часть его финансовых поступлений. В 2016 г. усредненная сумма родительской платы за услуги частных школ в расчете на одного ребенка составила 210 тыс. руб. Доля потребительских денег на текущий момент – 82% от всего рынка частного общего образования. В 2021 г. родители принесут негосударственным школам приблизительно 33,5 млрд руб.

Согласно прогнозу, суммарно российский рынок услуг частного общего образования за пять лет увеличится до 40,8 млрд руб. в год.

| Государственная политика

В декабре 2015 г. на заседании Госсовета по вопросам совершенствования системы общего образования Владимир Путин отметил необходимость внедрения инноваций в образовательный процесс: «Мы должны учитывать тенденции глобального развития, а это практически взрывное развитие технологий и переход к новому технологическому укладу» (из выступления Президента РФ 23 декабря 2015 г.). В свою очередь, в рамках национальной программы развития образования на 2016–2020 гг. распоряжением правительства сформулирован ряд требований к реализации пилотного проекта «создания сети школ, реализующих экспериментальные и инновационные программы для отработки новых технологий и содержания обучения и воспитания (не менее 200)». Поскольку эти требования не были учтены в целевых показателях (индикаторах) программы, их выполнение остается потенциально перспективным направлением госполитики в этой сфере, требующим уточнения и доработки.

По мнению одного из основателей центра онлайн-обучения «Фоксфорд» Алексея Половинкина, на сегодняшний день существенных препятствий для организации полноценной онлайн-школы нет, за исключением требований надзорных органов об обязательном содержании аудиторных помещений для школы, что не является непроходимым барьером для бизнеса. В ближайшей перспективе возможно партнерство компаний, оказывающих услуги онлайн-образования, с частными школами.



| Проникновение онлайн-образования

Российские школьники в массе своей готовы принять новые формы школьного обучения, связанные с частным онлайн-образованием, и, более того, к тому же готово и государство. Однако родители, по факту выбирающие формат школьного образования для своих детей, настроены гораздо более консервативно, о чем свидетельствуют опросы ФОМ (2015). Вместе с тем нужно учитывать, что 8% респондентов уже сейчас готовы к домашнему обучению ребенка.

Среди соображений, отталкивающих родителей от домашнего обучения ребенка, главными оказались: а) представление о необходимости коллективного общения для нормального развития ребенка (54% опрошенных); б) представление о том, что каждый предмет должен преподаваться силами отдельного профессионала (8% опрошенных); в) представление о том, что именно посещение школы, а не какой-либо другой формат обучения дает ребенку необходимые знания (6%).

Система общего среднего образования в РФ достаточно консервативна, что может препятствовать активному проникновению в нее различных форм дистанционного обучения. Так, на сегодняшний день в России не действует ни одной полностью дистанционной школы. Если онлайн и присутствует в этом сегменте, то в смешанных формах — главным образом в виде разнообразных онлайн-экстернатов. Тем не менее мы уверены, что общее среднее образование в России также подвержено глобальному тренду цифровизации обучающих механик.

Согласно нашим подсчетам, проникновение онлайн в сегмент общего среднего образования достигнет 1,5% к 2021 г., или 10,5 млрд руб. в денежном выражении.

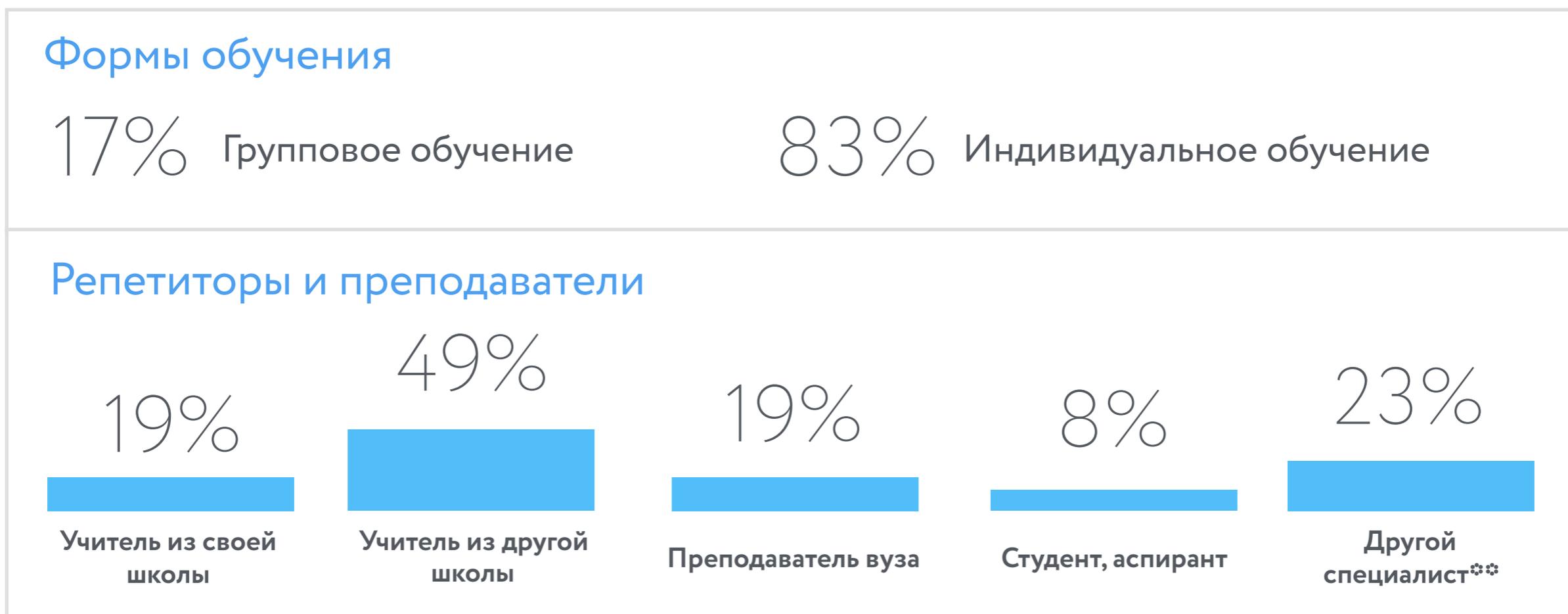


Дополнительное школьное образование

Структура дополнительного школьного образования

В сегмент дополнительного образования для школьников мы включаем офлайн- и онлайн-форматы обучения по предметам школьной программы. Исключаются из рассмотрения дополнительные развивающие занятия (например, в области спорта, творчества, музыки и т. д.) и бесплатное самостоятельное обучение по офлайновым методическим пособиям, с помощью онлайн-тренажеров и пр.

Мы выделяем три основные формы обучения: а) очная; б) смешанная; в) онлайн.

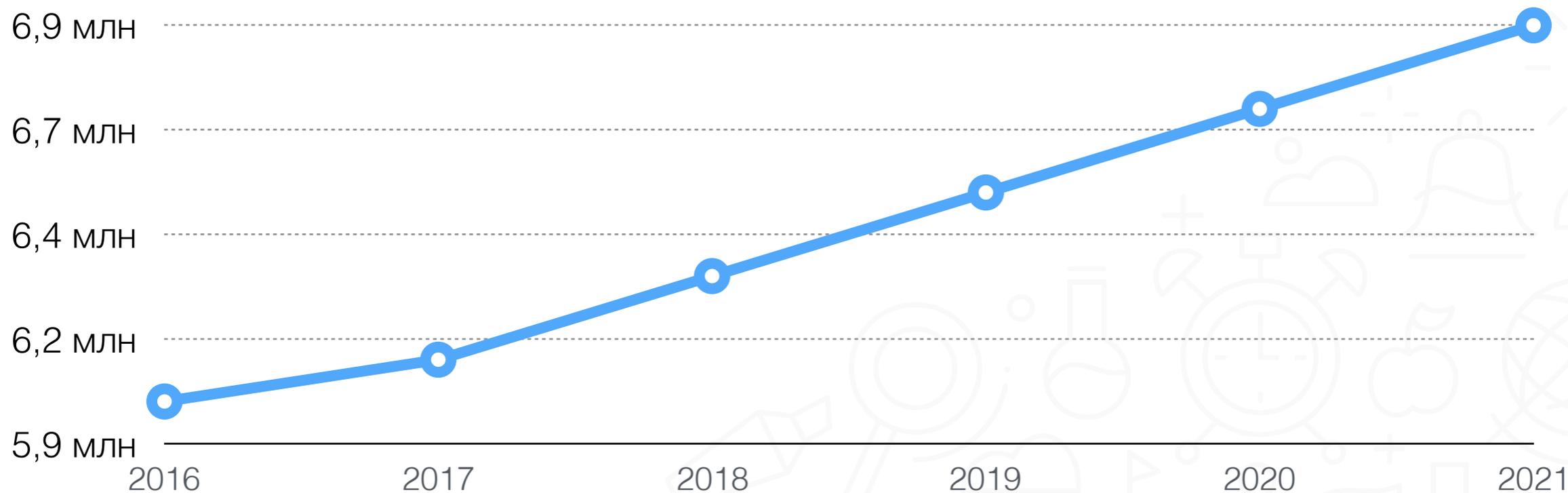


* Вопрос предполагал возможность выбора нескольких вариантов ответа, сумма не сводится к 100%. Опрос родителей школьников проводился в марте 2017 г. по всероссийской репрезентативной выборке из 1200 человек.

** Бывший школьный учитель, родственник.

Аудитория дополнительного школьного образования

Аудитория рынка дополнительного школьного образования на начало 2017 г. исчислялась приблизительно 6 млн учащихся 5–11 классов, или 40% от количества всех учащихся соответствующей возрастной группы. По нашим оценкам, численность школьников, получающих дополнительное образование, продолжит расти и уже в 2021 г. приблизится к отметке 6,9 млн человек. Доля обучающихся по программам дополнительного школьного образования не изменится, однако аудитория значительно вырастет в силу благоприятной динамики демографической ситуации.



Распределение по целям подготовки

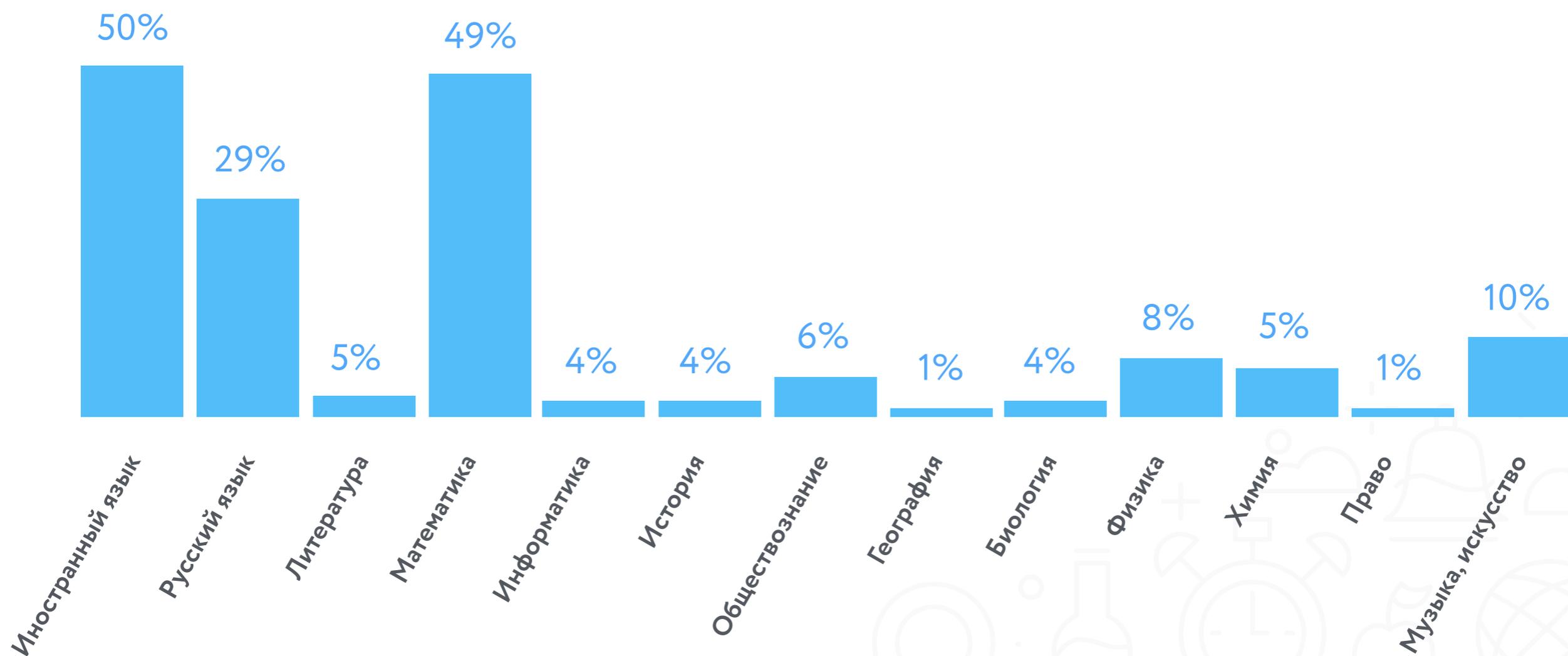
По результатам телефонного опроса (2017), проведенного в ходе исследования, за услугами дополнительного образования чаще всего обращаются по следующим причинам: для подготовки к госэкзаменам ОГЭ, ЕГЭ (47%), ради получения более глубоких знаний, чем предусмотрено школьной программой (42%), и для повышения успеваемости ребенка до общего уровня класса (33%).



* Вопрос предполагал возможность выбрать несколько вариантов ответа, сумма не сводится к 100%.

Распределение по предметам подготовки

В число наиболее востребованных предметов входят иностранный язык (50%), математика (49%), русский язык (29%).
Остальные дисциплины гораздо менее популярны у аудитории. Более подробное распределение приводится ниже.



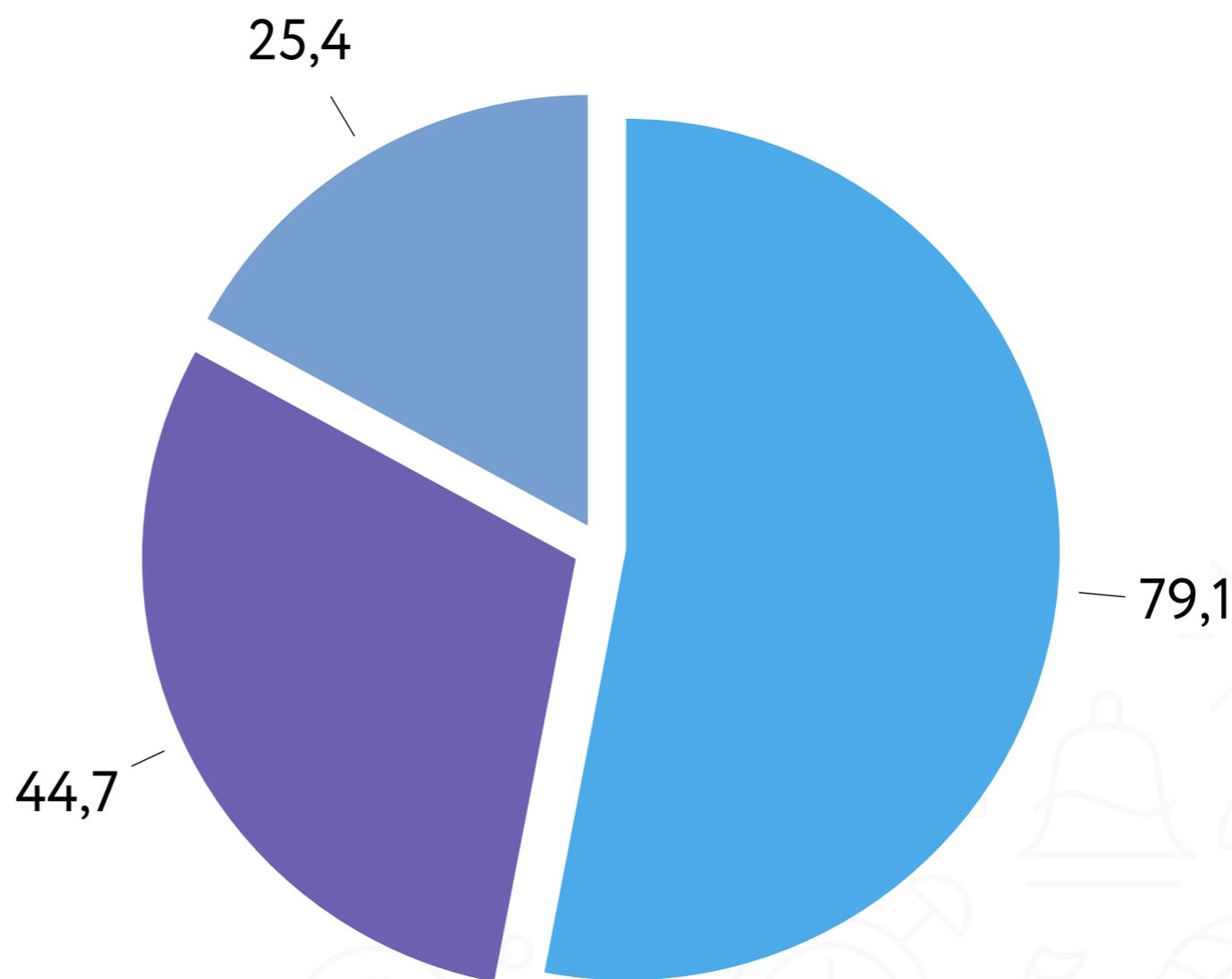
* Вопрос предполагал возможность выбрать несколько вариантов ответа, сумма не сводится к 100%.

Объем рынка дополнительного школьного образования

149,2 млрд руб.

Общий объем рынка

- Доля репетиторства
- Доля услуг школьных учителей
- Доля курсов



* Здесь приводятся прогнозные показатели на 2021 г.

Объем рынка дополнительного образования

Общий объем рынка дополнительных образовательных услуг для школьников по итогам 2016 г. мы оцениваем в 130,3 млрд руб. По нашим прогнозам, в среднем показатель будет увеличиваться на 2–3% в год и к 2021 г. достигнет 149,2 млрд руб. (+13% к текущей величине).

Расчет рынка производился исходя из показателей средней интенсивности занятий на протяжении года и из среднего чека за услуги дополнительного образования. Образовательный цикл длится в среднем около шести месяцев в году. Средний чек, по данным нашего опроса, равен 3,6 тыс. руб. в месяц.

Сумма ежемесячных расходов зависит от того, какая организация или специалист оказывает эти услуги: так, занятия с репетиторами обходятся в среднем в 4,9 тыс. руб. в месяц, занятия на курсах в вузе — в 6 тыс. руб., на обычных курсах средний чек равен 4,5 тыс. руб., а занятия со школьным преподавателем стоят порядка 2,8 тыс. руб. в месяц.

Порядок стоимости дополнительных занятий зависит и от типа населенного пункта. В городах с населением от 50 тыс. до 250 тыс. человек и от 250 тыс. до 1 млн сумма ежемесячных расходов на эти услуги составляет порядка 3,5 тыс. руб. Отметим, что именно в таких городах аудитория дополнительного образования наиболее многочисленна. Максимум среднего чека достигает в Москве — около 8,1 тыс. руб. в месяц.

Ежемесячные расходы на дополнительное школьное образование



Проникновение онлайн-образования

Онлайн-образование в рассматриваемом сегменте включает в себя услуги дистанционного обучения с репетиторами (например, по Skype), а также занятия с использованием образовательных интернет-ресурсов, обучающих мобильных приложений, онлайн-тренажеров – любые формы платного образования с применением интернет- и видеоконтента.

По нашей оценке, доля проникновения онлайн в рынок дополнительного общего образования на начало 2017 г. составляет 2,7% от всего рынка услуг дополнительного образования для школьников, или 3,5 млрд руб. Исходя из нашего прогноза по проникновению онлайн, через пять лет объем рынка онлайн-обучения в этом сегменте достигнет отметки 10,1 млрд руб. и 6,8% от рынка дополнительного среднего образования. Величина среднего чека в онлайн – 2,2 тыс. руб. в месяц при средней интенсивности занятий четыре с половиной месяца в году.

2016 год

3,6 млрд руб.

Онлайн 2,7%



2021 год

10,1 млрд руб.

Онлайн 6,8%

Потенциал проникновения онлайн-образования

Потенциал проникновения и роста онлайн в сегменте дополнительного школьного образования значительно выше, нежели в сегменте общего среднего образования. Согласно нашему исследованию, на текущий момент 2% обучающихся по программам дополнительного среднего образования пользуются исключительно инструментами онлайн-обучения, тогда как еще 5% обучаются в смешанном формате – «онлайн и офлайн» (в финансовом выражении сейчас на него приходится 9,1 млрд руб.). Вместе с тем 28% денег – 2,5 млрд руб. – в сегменте смешанного обучения уже приходится на онлайн. Кроме того, по результатам нашего опроса, 80% родителей детей, обучающихся в смешанном формате, допускают окончательный перевод занятий в онлайн. Как видно, эта аудитория проявляет меньший консерватизм и готова к цифровизации образования.

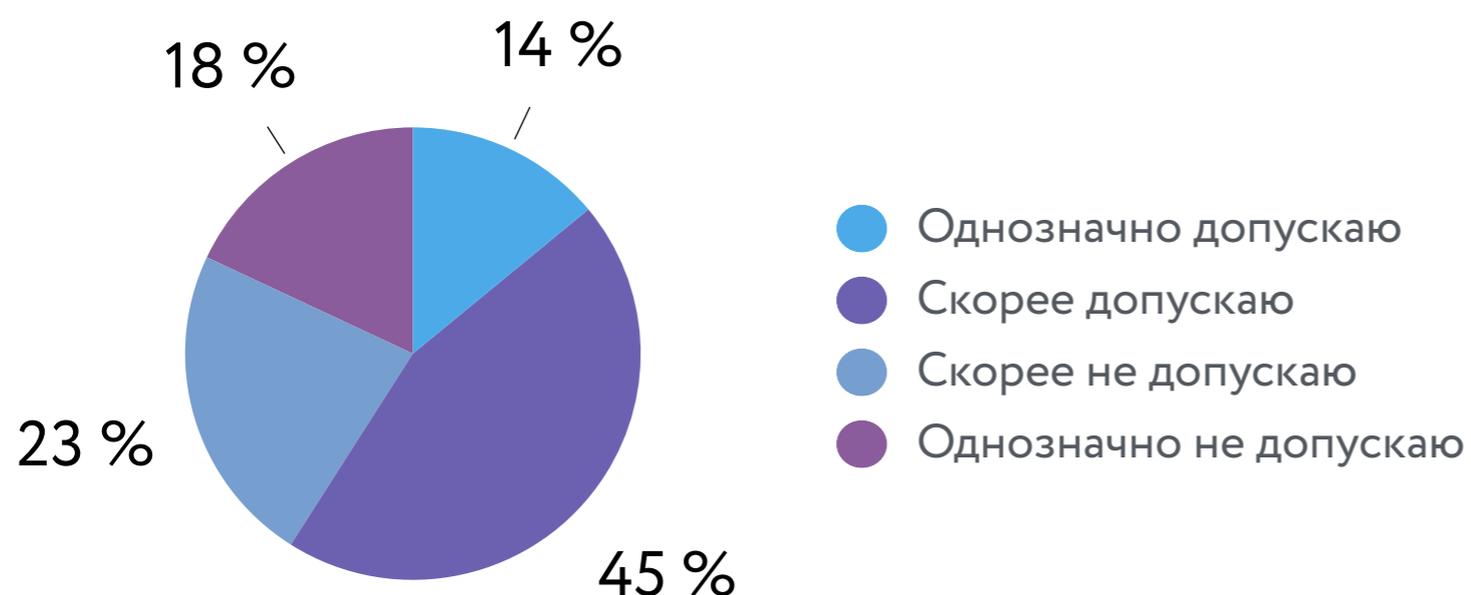


* Соотношение онлайн- и офлайн-форм обучения в сегменте дополнительного среднего образования по итогам 2016 г.

Потенциал проникновения онлайн-образования

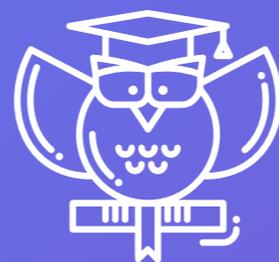
Говоря о потенциале проникновения онлайн в сегмент, следует отдельно упомянуть и о 5% опрошенных*, уже пользующихся бесплатно различными обучающими интернет-ресурсами и мобильными приложениями в образовательных целях. Эти люди – потенциальная аудитория бизнеса в сфере онлайн-образования.

Как показывают результаты проведенного нами опроса родителей школьников, 14% из них готовы к обучению ребенка в формате онлайн, еще 45% «скорее допускают» такой формат дополнительного образования для своего ребенка.



Существенных барьеров для внедрения цифровых технологий в дополнительное образование в ходе исследования аудитории не зафиксировано. Единственное, надо отметить слабую информированность опрошенных о возможностях онлайн в сфере образования, о потенциальных форматах и механиках обучения с его использованием.

*Напомним, что речь идет о всероссийском телефонном опросе родителей школьников (2017 г.), который проводился в рамках этого исследования.



Высшее и среднее профессиональное образование

| Аудитория ВПО и СПО

Согласно данным Росстата за 2016 г., общая численность обучающихся по программам высшего профессионального и среднего профессионального образования составила порядка 7,2 млн человек. По нашему прогнозу (основанному на демографическом прогнозе Росстата для данной возрастной когорты), к 2021 г. она сократится до 6,9 млн человек. Однако не все образовательные направления в структуре ВПО и СПО пострадают от снижения численности студентов.

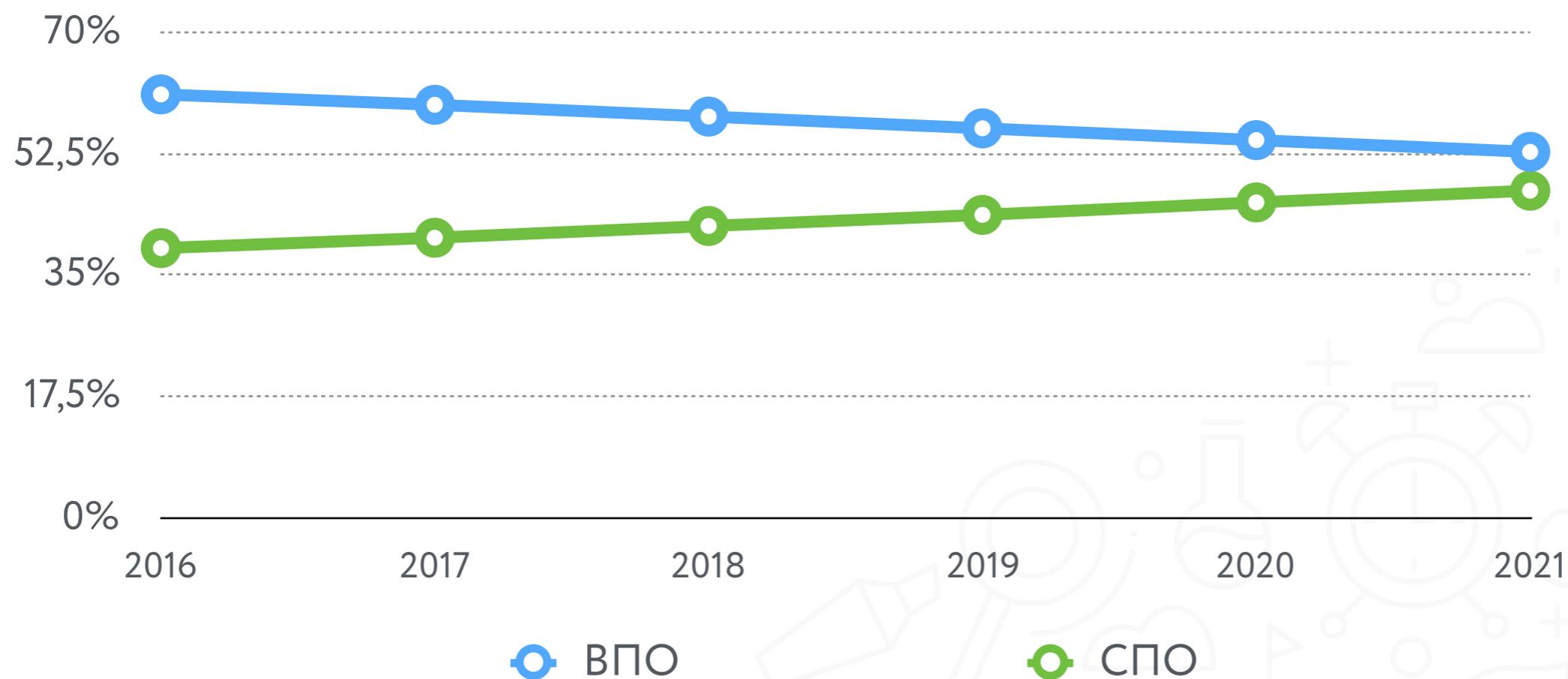
Уменьшится количество обучающихся в сегменте высшего образования (как государственного, так и частного — в основном за счет постепенного упразднения программ специалитета), а также в сегменте СПО в области подготовки квалифицированных рабочих и служащих. Программы СПО, направленные на подготовку специалистов среднего звена — и государственные и частные — к 2021 г., напротив, нарастят свою аудиторию.



Распределение аудитории

По нашему прогнозу, сокращение численности студентов ВПО к 2021 г. составит 8,3 пп. Также на 8,3 пп. за указанный период увеличится численность студентов СПО.

Согласно данным Росстата и НИУ ВШЭ, большинство студентов в системе СПО (>40%) на конец 2015/2016 учебного года достигли возраста 16–17 лет. По нашему заключению, перетекание студентов в систему СПО происходит не только за счет потенциальной аудитории высших учебных заведений, но и за счет аудитории старших классов средних общеобразовательных школ.

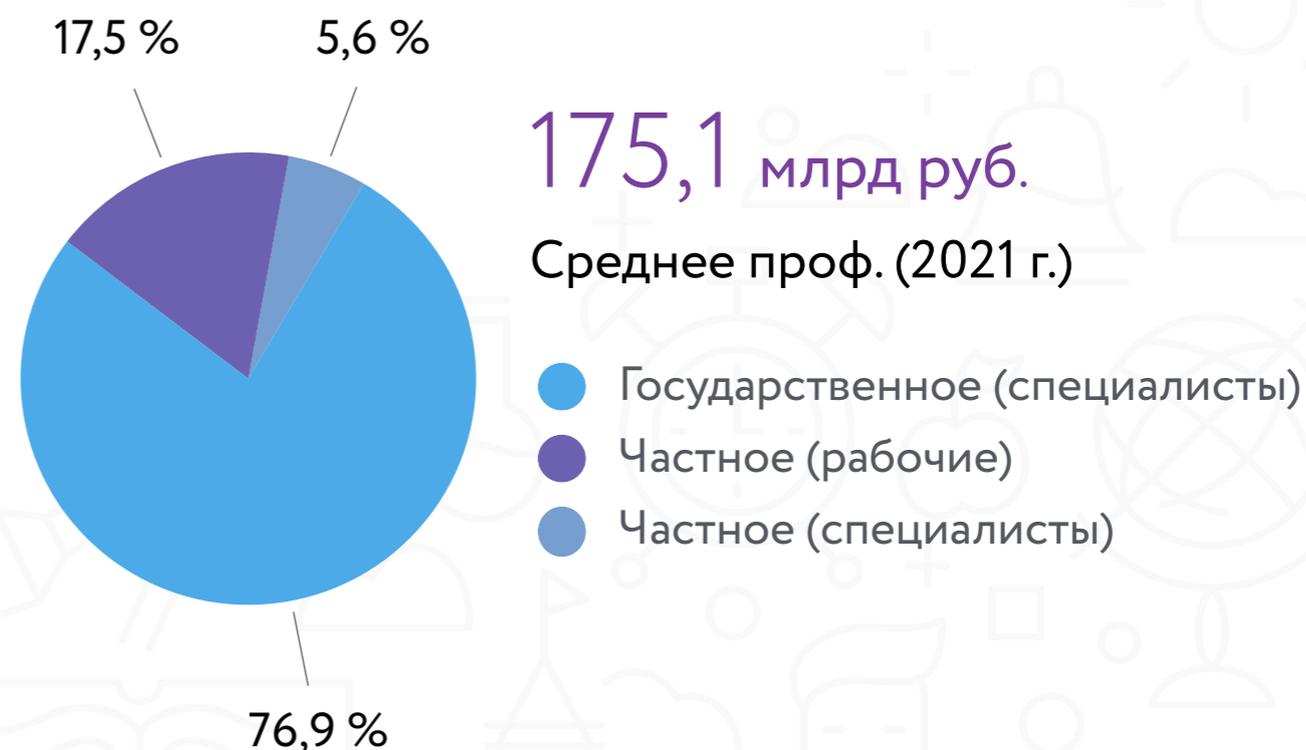
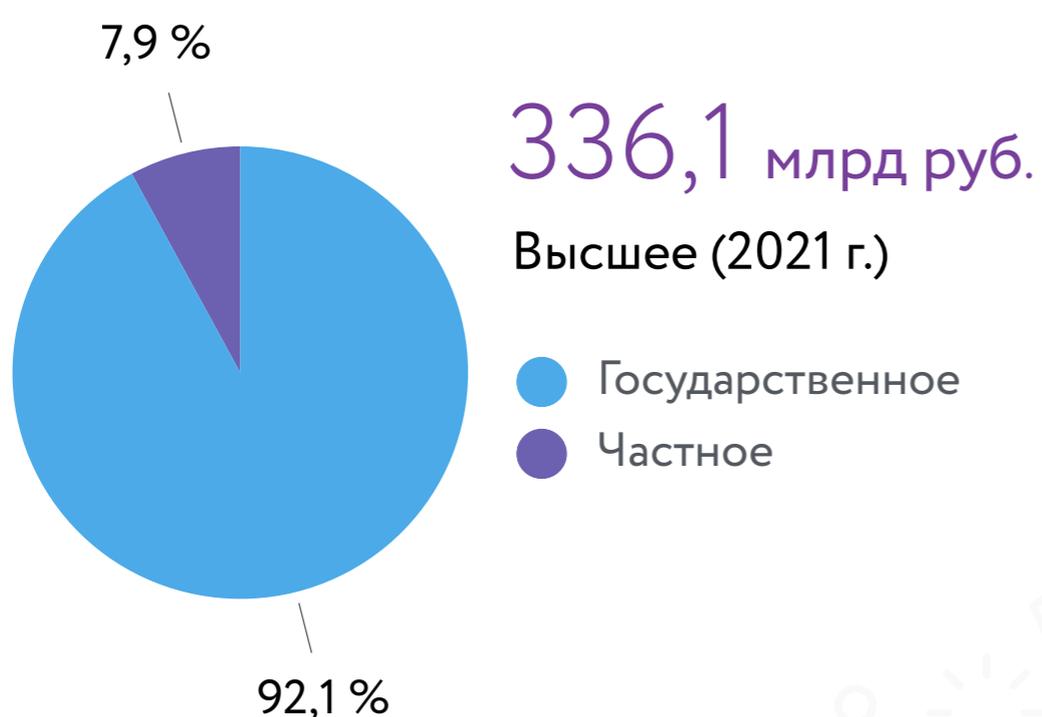


*Доли учащихся в высшем и среднем профессиональном образовании, динамика в 2016–2021 гг. (в % от общих годовых показателей численности студентов ВПО и СПО).

Объем рынка ВПО и СПО

По нашей оценке, общий объем рынка высшего профессионального и среднего профессионального образования в 2016 г. составил порядка 531,8 млрд руб. В своих расчетах мы учитывали те деньги, которые выделяются государством согласно принципам нормативно-подушевого финансирования (НПФ) в образовании, а также те, которые получают организации за оказание платных образовательных услуг от населения.

Необходимо отметить, что в частных вузах законодательно предусмотрены квоты на обучение студентов за счет государства. Так, в 2017 г. количество платных и бюджетных мест в негосударственных организациях ВПО составило 597 тыс. и 5 тыс. соответственно.





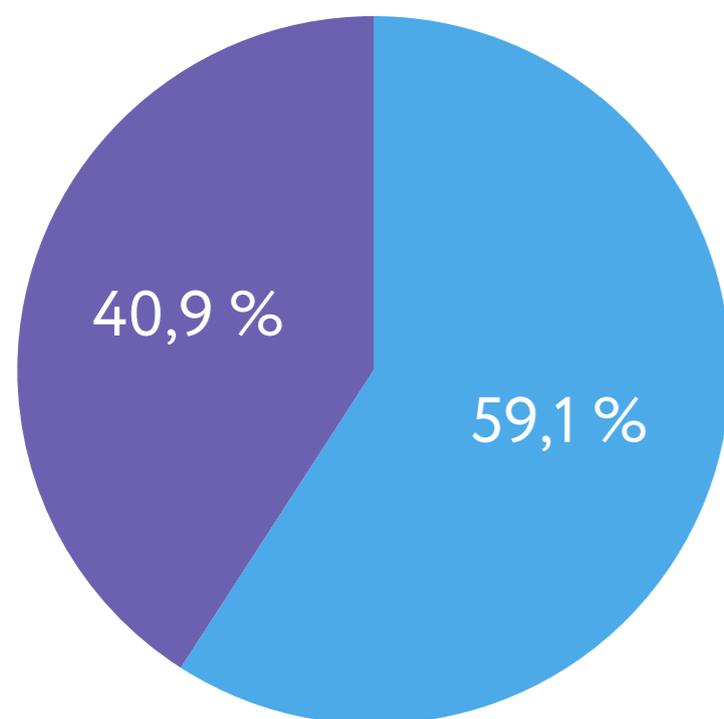
Высшее профессиональное образование

Структура высшего профессионального образования

У рынка высшего образования РФ двухчастная инфраструктура:

- государственные и муниципальные вузы;
- частные вузы.

Согласно официальной статистике на 2015/2016 учебный год, всего в стране функционирует 896 организаций высшего образования. Из них государственных и муниципальных — 530, а частных — 366.



Соотношение государственных и частных организаций на 2015/2016 учебный год выглядит следующим образом:

- Государственные вузы
- Частные вузы

Судя по официальной статистике, начиная с 2009 г. устойчиво уменьшается количество учреждений высшего образования, снижается и численность обучающихся в них студентов. Эта тенденция характерна как для государственных и муниципальных вузов, так и для частных.

Аудитория высшего профессионального образования

Общее количество студентов, обучающихся в государственных и частных вузах, на 2015/2016 учебный год составило порядка 4,4 млн человек. Из них в государственных и муниципальных организациях высшего образования обучается порядка 3,7 млн человек, а в частных — 649 тыс. человек.

Студенты, обучающиеся по программам высшего образования в РФ, разделены на три основные группы: бакалавриат, специалитет и магистратура. В соответствии с нашим прогнозом, основанным на демографических данных Росстата, численность студентов, обучающихся по программам бакалавриата и специалитета, на отрезке 2016–2021 гг. будет уменьшаться, а численность магистров — расти. В абсолютных значениях численность студентов (в тыс. человек) к 2021 г. будет выглядеть так:



Объем рынка гос. высшего образования

Объем подушевого финансирования государственных вузов в 2016 г. был равен 226,8 млрд руб. Из названной суммы на программы бакалавриата и специалитета совокупно было выделено 212 млрд руб., а на программы магистратуры — 14,8 млрд руб. Объем средств, который получили государственные вузы за счет платных мест, составил приблизительно 124,5 млрд руб. Мы прогнозируем, что к 2021 г. будет расти госфинансирование магистратуры (за счет увеличения количества учащихся, которое произойдет в связи с сокращением программ специалитета), в то время как совокупная сумма финансирования бакалавриата и специалитета будет падать (за счет общего сокращения количества учащихся в системе ВПО).

Сумма средств (в абсолютных значениях), которые получают государственные вузы за оказание платных образовательных услуг, по сравнению с 2016 г. вырастет незначительно. Однако надо иметь в виду, что в связи с общим падением численности студентов государственных вузов и одновременным увеличением числа платных мест в них доля частных денег в бюджетах госвузов сильно вырастет. Совокупный объем рынка государственного ВПО к 2021 г. также снизится и в общей сложности — НПФ плюс платные места — будет измеряться приблизительно 309,8 млрд руб. против 351,3 млрд руб. в 2016 г.

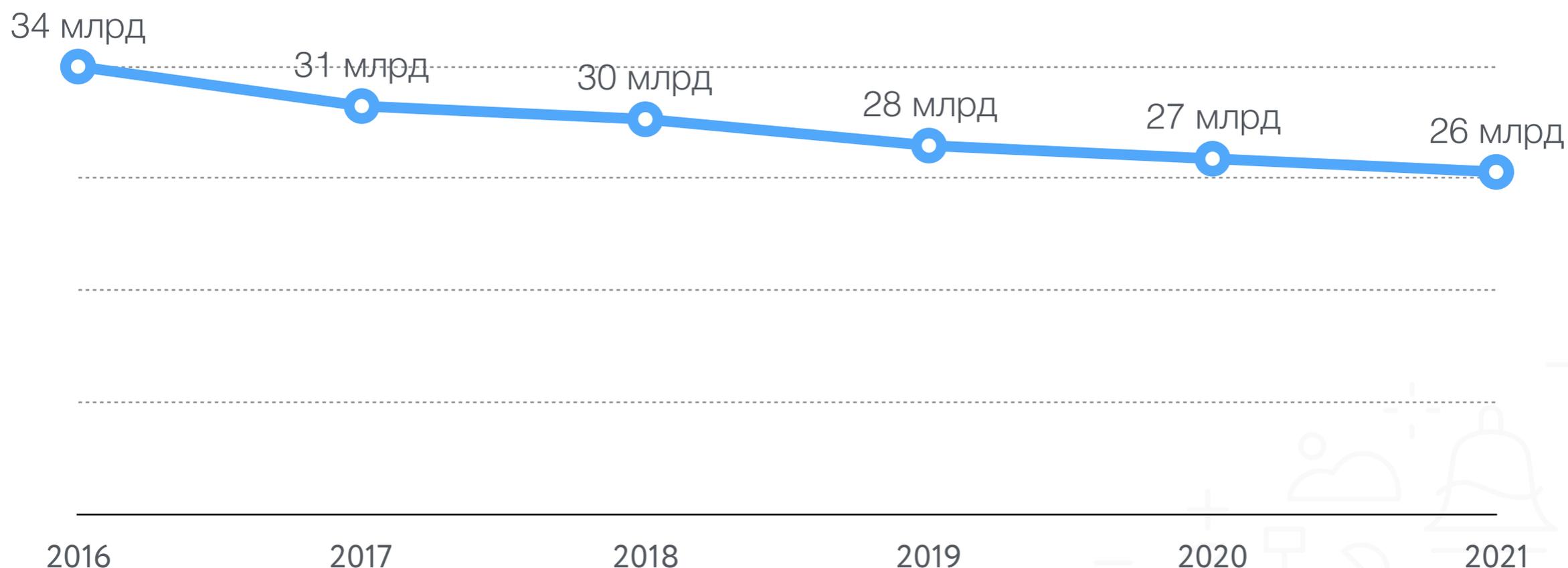
Согласно нашим подсчетам, доля денег студентов-платников в бюджетах госвузов к 2021 г. существенно вырастет — на 5,2 пп.



Объем рынка частного высшего образования

В 2016 г. негосударственные вузы в виде платы от студентов получили около 33,9 млрд руб.

Ниже даны прогнозные изменения показателя к 2021 г.



Динамика показателя демонстрирует, что студенты в секторе негосударственного ВПО к 2021 г. будут платить в абсолютном выражении значительно меньше, чем сегодня. Эти данные получены на основании того допущения, что в ближайшее время мы будем наблюдать перетекание студентов из системы ВПО в систему СПО (в основном на программы подготовки специалистов среднего звена).

Проникновение онлайн-образования

Как показывают наши расчеты, которые строились на анализе открытых данных крупнейших площадок — агрегаторов образовательных программ, доля дистанционного сегмента в высшем профессиональном образовании (в количестве людей) на 2016 г. достигла 3,7%. Мы прогнозируем, что к 2021 г. это значение вырастет до 9%.

Согласно той же методике расчета, средний годовой чек на программах дистанционного обучения в сегменте ВПО приближается к 42,6 тыс. руб.

Общий объем рынка дистанционных программ обучения в высшем профессиональном образовании в 2016 г. составил порядка 6,8 млрд руб. (рассчитан исходя из сведений об общем количестве учащихся в системе ВПО, доле дистанционного сегмента и среднем годовом чеке). К 2021 г. эта сумма существенно увеличится — до 14,7 млрд руб.

2016 год

6,8 млрд руб.

Онлайн 1,8%



2021 год

14,7 млрд руб.

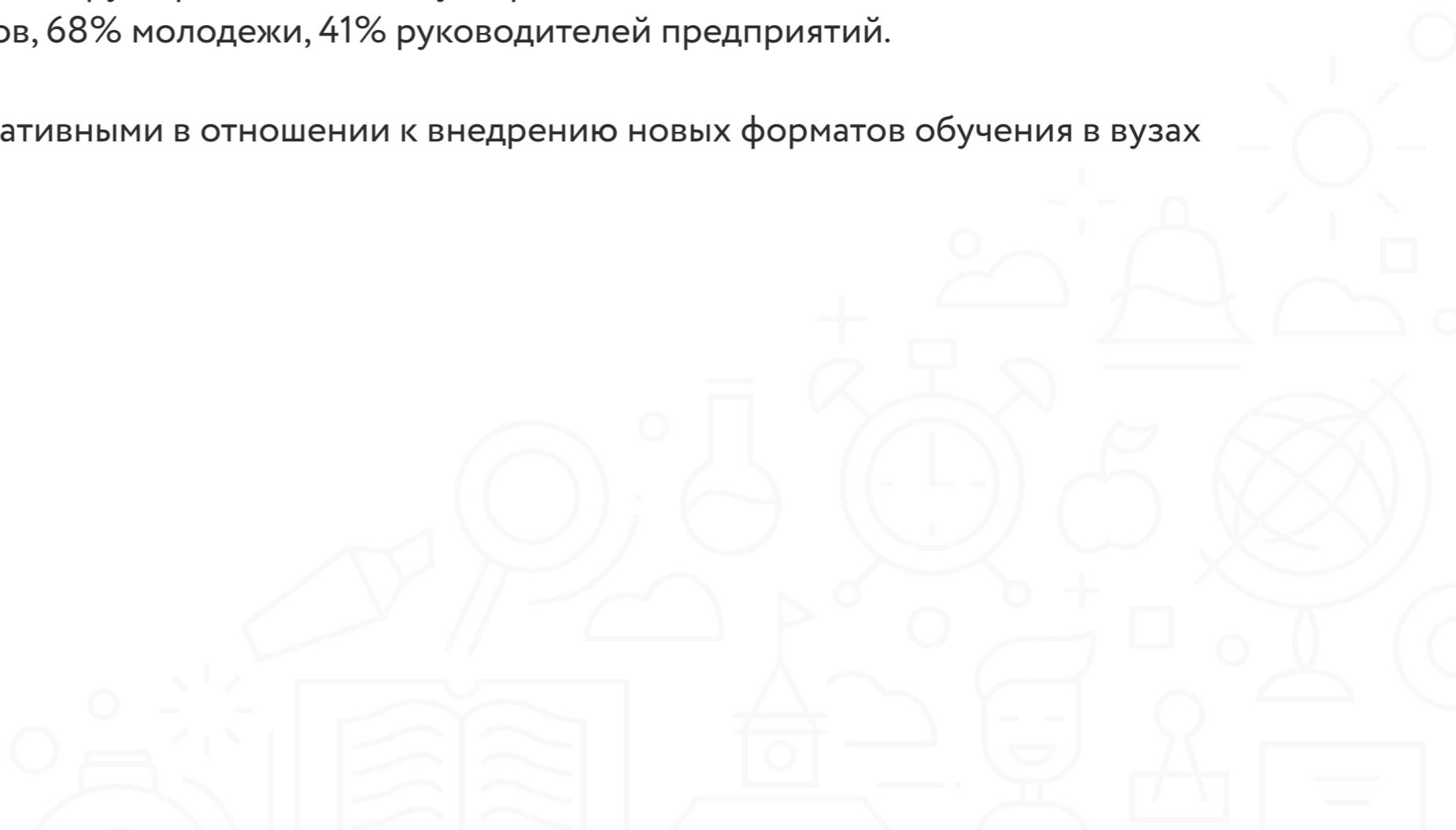
Онлайн 4,4%

| Потенциал проникновения онлайн-образования

Во всероссийском опросе ФОМ (2014) на вопрос «Вы скорее согласны с тем, что необходимо развивать современные технологии дистанционного обучения (открытые университеты, онлайн-образование и т. д.) в качестве альтернативы традиционному высшему образованию?» положительно ответили 59% руководителей вузов, 64% молодежи, 38% руководителей предприятий.

Вопрос «Вы скорее согласны с тем, что нужно делать высшее образование более индивидуализированным, ориентированным на запросы конкретных учащихся?» также не вызвал существенных разногласий у разных групп респондентов: утвердительно на него ответили 58% опрошенных руководителей вузов, 68% молодежи, 41% руководителей предприятий.

Как мы видим, наиболее консервативными в отношении к внедрению новых форматов обучения в вузах оказались именно работодатели.





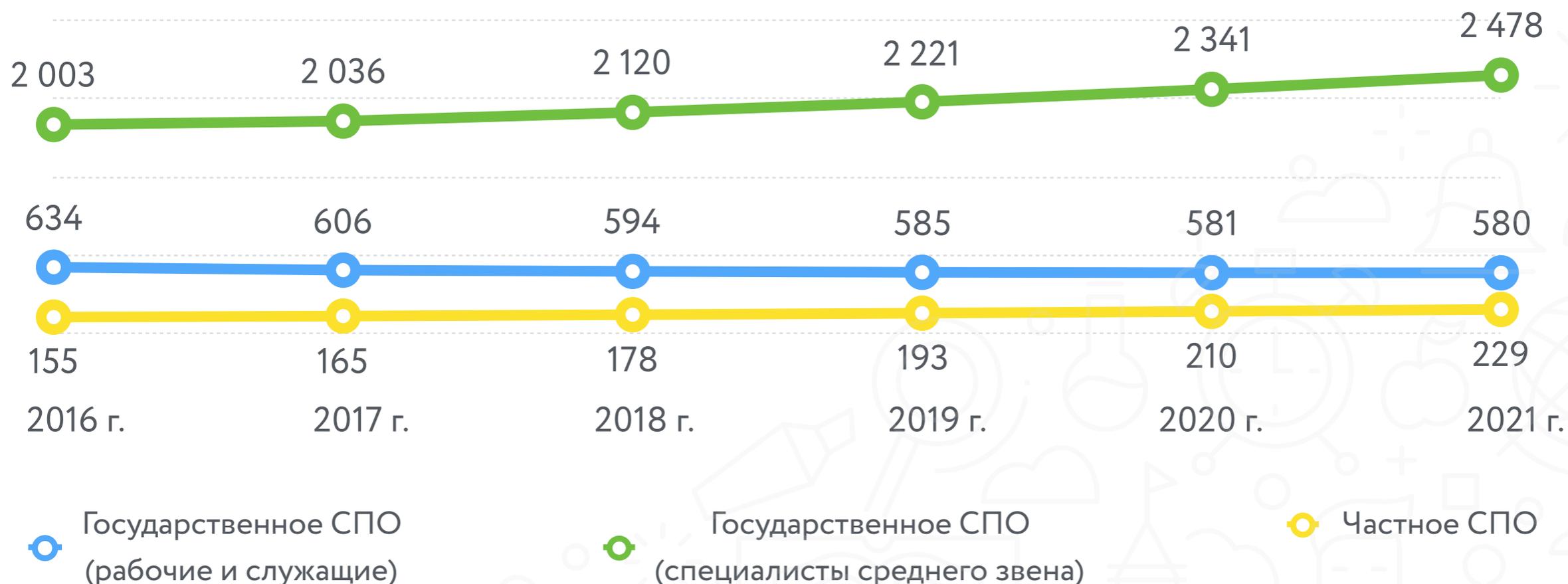
Среднее профессиональное образование

Аудитория СПО

Общее количество — и платных и бесплатных — мест в государственных учреждениях СПО на 2016 г. составило порядка 2,6 млн. Из них платных было 0,6 млн, бюджетных — 2 млн. По нашему прогнозу, это соотношение к 2021 г. останется без изменений, однако общее количество мест в рассматриваемом сегменте рынка вырастет.

Наш прогноз, основанный на данных Росстата, показывает, что структура аудитории государственного и частного СПО к 2021 г. претерпит изменения: уменьшится количество студентов, обучающихся по программам подготовки квалифицированных рабочих и служащих, тогда как количество студентов, обучающихся по программам подготовки специалистов среднего звена, увеличится как в государственном, так и в частном секторе. Прогнозируемый нами темп роста численности студентов в частном секторе СПО составляет 47%.

На графике ниже проиллюстрирована эта динамика (в тыс. человек):

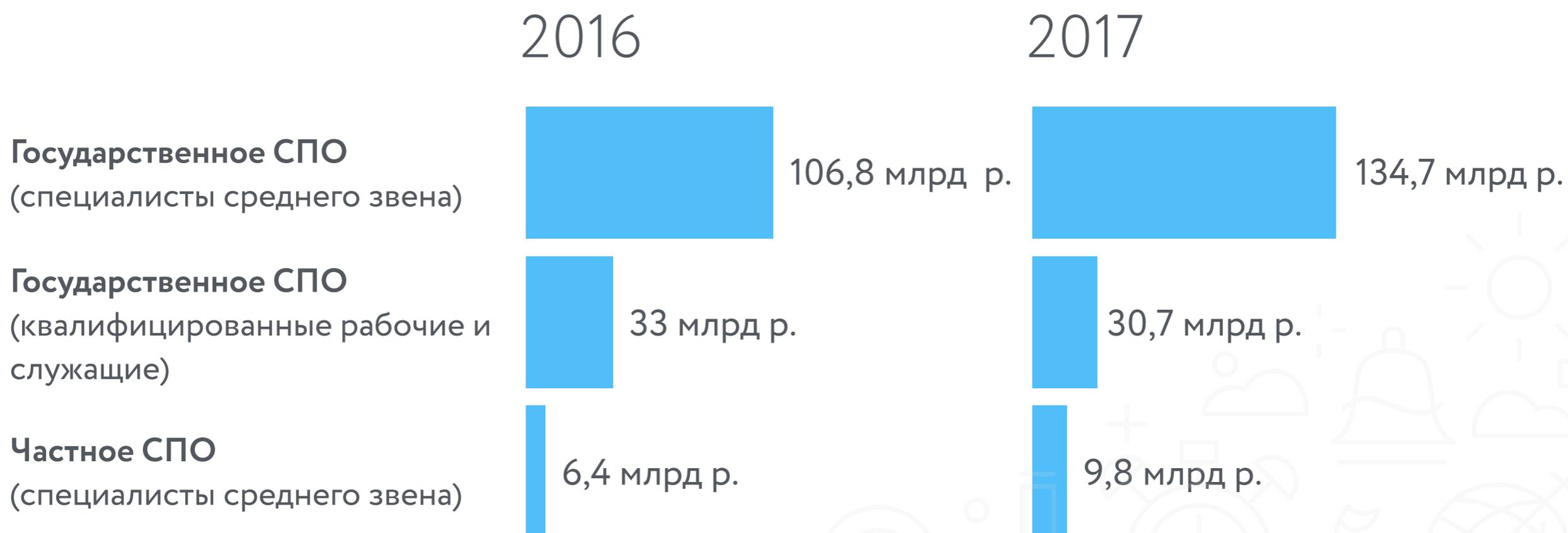


| Аудитория СПО

На основании официальных документов Министерства образования и науки РФ нам удалось рассчитать средние значения норматива подушевого финансирования (НПФ) в системе СПО и величину среднего чека на платных программах на 2016 г. (см. таблицу ниже, показатели приведены в тыс. руб.). Следует помнить, что эти значения – средние для РФ; суммы по регионам могут варьироваться в очень широком диапазоне. Средняя величина НПФ в государственном сегменте СПО составила приблизительно 58 тыс. руб. в год.

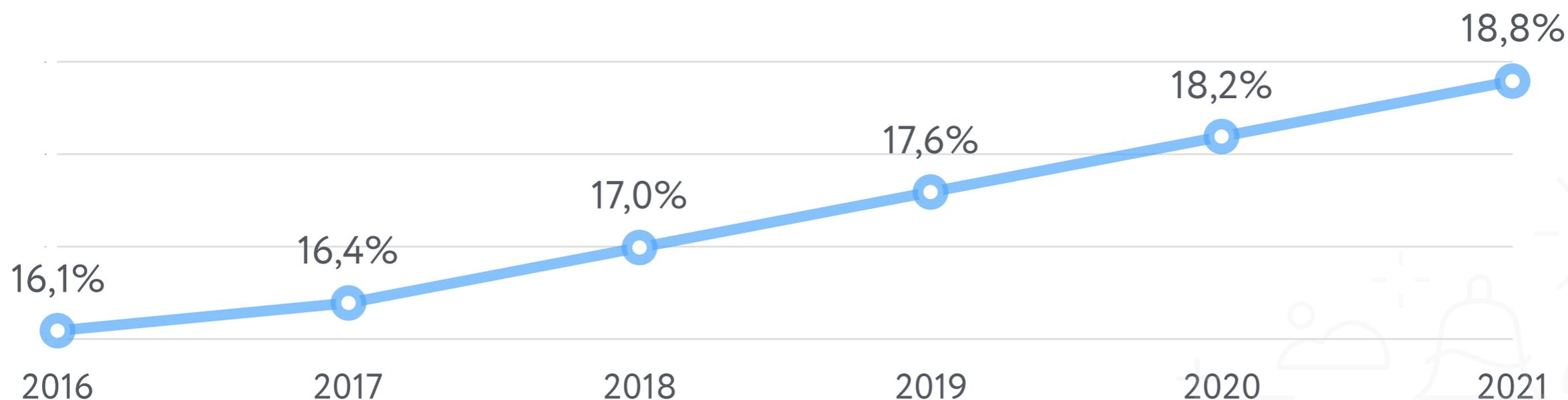
	Москва	Регионы
Государственное СПО Средний чек (платные места)	75	35
Частное СПО Средний чек (платные места)	62	29

Объем рынка среднего профессионального образования



Выплаты студентам СПО

В 2016 г. студенты-платники добавили в совокупный бюджет государственных организаций СПО 22,5 млрд руб. Из указанной суммы 17,2 млрд руб. получили организации, готовящие специалистов среднего звена, а 5,3 млрд руб. — те, в которых занимаются подготовкой квалифицированных рабочих и служащих. По нашему прогнозу, основанному на данных официальной статистики, к 2021 г. совокупная доля таких поступлений в общем бюджете государственного СПО будет увеличиваться (см. график).



Также в 2016 г. выплаты студентам, обучающимся в негосударственных учреждениях СПО по программам подготовки специалистов среднего звена, составили приблизительно 6,4 млрд руб. По нашему прогнозу, эта сумма значительно вырастет к 2021 г. — до 9,8 млрд руб.

Проникновение онлайн-образования

По нашим расчетам, которые опирались на анализ открытых данных крупнейших площадок — агрегаторов образовательных программ, доля учащихся в онлайн-сегменте СПО составляет на 2016 г. 0,82%. Мы прогнозируем, что к 2021 г. показатель вырастет до 2%.

Согласно той же методике расчета, средний годовой чек на программах дистанционного обучения в сегменте СПО приближается к 26,7 тыс. руб.

Общий объем рынка дистанционных программ обучения в среднем профессиональном образовании в 2016 г. составил порядка 614 млн руб. (рассчитан исходя из сведений об общем количестве учащихся в системе СПО, доле дистанционного сегмента и среднем годовом чеке). К 2021 г. объем этого сегмента рынка повысится до 1,8 млрд руб.

2016 год

0,6 млрд руб.

Онлайн 0,4%



2021 год

1,8 млрд руб.

Онлайн 1%



Дополнительное профессиональное образование

Структура дополнительного профессионального образования

В сегмент дополнительного профессионального образования (ДПО) входят услуги непрерывного образования для взрослых, преимущественно в возрасте от 25 до 64 лет. В расчет рынка включались следующие услуги: курсы повышения квалификации, корпоративное обучение, программы повышения квалификации в российских и зарубежных университетах (онлайн и офлайн), массовые онлайн-курсы (Coursera, edX и т. д.), семинары, тренинги и стажировки.

По данным исследования РАНХиГС «Мониторинг ДПО в России» (2016), наиболее востребованы в этом сегменте дополнительные образовательные услуги российских университетов, включая дистанционное обучение (49%); семинары, тренинги и курсы повышения квалификации в коммерческих организациях (39%). Ниже приводится детализированное распределение результатов исследования российского рынка ДПО в рамках проекта «Евробарометр» (РАНХиГС, 2016).



Провайдеры услуг ДПО

Если в качестве работодателя выступало государство, то в большинстве случаев оно платило за дополнительные программы российских вузов (52%), тогда как финансирование от частных компаний распределялось в первую очередь между коммерческими и вузовскими курсами (35 и 34%, соответственно). Если же в ДПО инвестировал сам сотрудник, то в 40% случаев оплачивались вузовские программы, в 32% — коммерческие курсы, в 29% — дистанционное образование или онлайн-курсы.

На диаграмме ниже приводится распределение результатов опроса работающего населения России, получающего ДПО (РАНХиГС, 2015): показано, кем и в каких пропорциях финансируются разные формы получения ДПО.

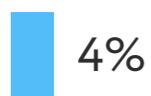
ДПО в вузах



Коммерческие курсы



Курсы повышения квалификации от предприятия



Дистанционное образование в вузах, интернет-обучение



Сотрудник

ДПО в вузах



Коммерческие курсы



Курсы повышения квалификации от предприятия



Дистанционное образование в вузах, интернет-обучение



Частные компании

ДПО в вузах



Коммерческие курсы



Курсы повышения квалификации от предприятия



Дистанционное образование в вузах, интернет-обучение



Государство

| Аудитория ДПО

По нашим расчетам, основанным на исследовании НИУ ВШЭ «Мониторинг экономики образования» (2016), доля граждан в возрасте от 25 до 64 лет, обучающихся по программам ДПО, по итогам 2016 г. составляла 8% от когорты, то есть 6,7 млн человек. Из них 4 млн, включая сотрудников госорганизаций, обучались за счет работодателя, остальные 2,7 млн — за свой счет.



Обратим внимание на внушительную долю работников, готовых инвестировать в собственное образование. По результатам опроса аудитории ДПО на базе РАНХиГС (2016), дополнительное образование способствует карьерному росту во всех социально-профессиональных группах. Эффект не зависит от формы получения образования: в любом случае наличие сертификата о прохождении ДПО делает более вероятным увеличение зарплаты или повышение в должности. Целых 84% работающих россиян, самостоятельно оплативших свое дополнительное образование, сочли его полезным, и лишь 4% — бесполезным (чаще к такому выводу приходили те, кому ДПО оплачивало государство). Отсюда сравнительно высокая готовность работников платить за обучение из собственного кармана.

Основные причины обращения за услугами ДПО и наиболее востребованные навыки



*В дальнейших расчетах рынка ДПО языковое обучение не учитывалось. Здесь же приводится ознакомительная информация из опроса ВШЭ.

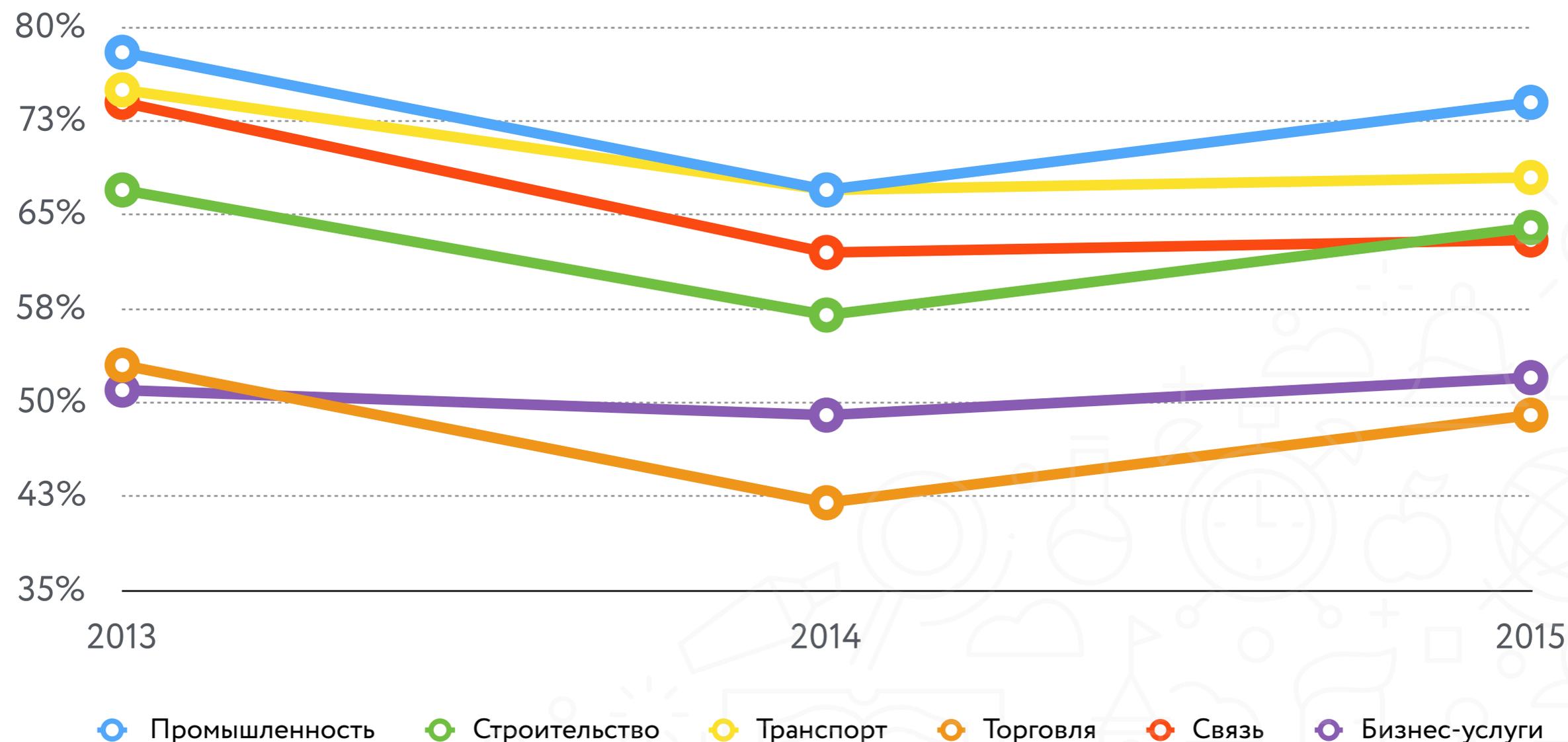
| Что мешает получению ДПО



* Вопрос предполагал возможность выбора нескольких вариантов ответа, сумма не сводится к 100%. Исследование «Мониторинг дополнительного профессионального образования в России» (РАНХиГС, 2016).

Корпоративное обучение

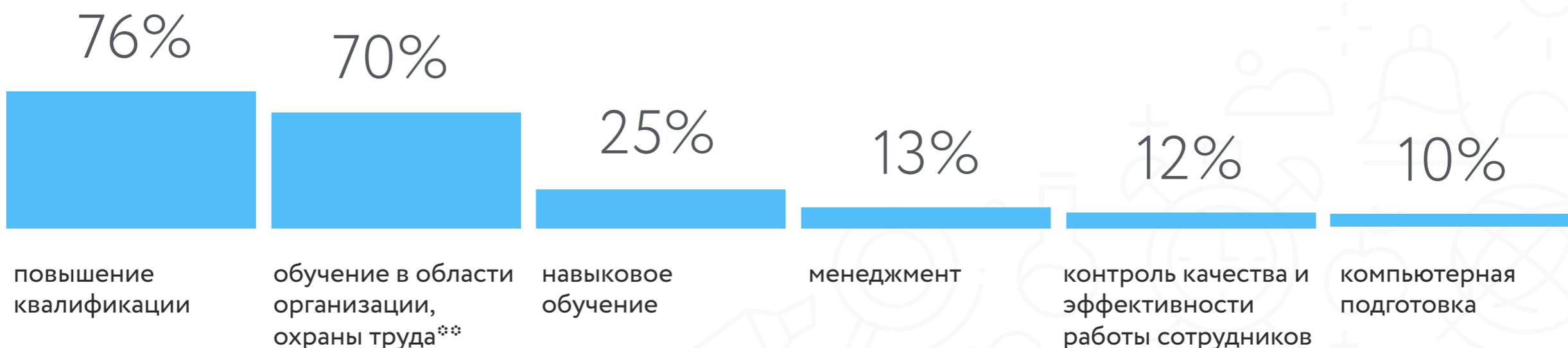
Из материалов исследования НИУ ВШЭ «Мониторинг экономики образования» (2016) следует, что объем затрат компаний на корпоративное обучение стал резко снижаться в начале 2014 г. на фоне финансового кризиса. За исключением сферы бизнес-услуг ни в одной из рассматриваемых ключевых отраслей масштабы обучения не были восстановлены до уровня докризисного 2013 г. На графике ниже приводится динамика изменения доли предприятий, оплачивающих обучение работников, в разрезе по отраслям со ссылкой на исследование НИУ ВШЭ (2015).



Корпоративное обучение

В целях экономии многие компании организовали дополнительное профессиональное обучение, используя собственные ресурсы и структуры. Примерно у 30% опрошенных НИУ ВШЭ организаций существует своя учебная инфраструктура. В частности, у 13% компаний есть свой учебный центр, а у 17% – внутренние учебные курсы. Вместе с тем значительная часть компаний по-прежнему обращается к внешним частным подрядчикам для обучения своих сотрудников. Так, обучение сотрудников в частных организациях – провайдерах услуг ДПО финансировали 40% российских компаний, а еще в общей сложности 30% пользуются услугами государственных провайдеров (вузов, учреждений СПО, центров повышения квалификации).

Компании преимущественно проводят обучение по программам повышения квалификации сотрудников. Велика доля занятий по охране и безопасности труда (согласно требованиям надзорных органов)*. Реже проходит обучение новым навыкам, в том числе навыкам работы с новым оборудованием. На диаграмме ниже приводится статистика по направлениям корпоративного обучения со ссылкой на исследование НИУ ВШЭ (2016).



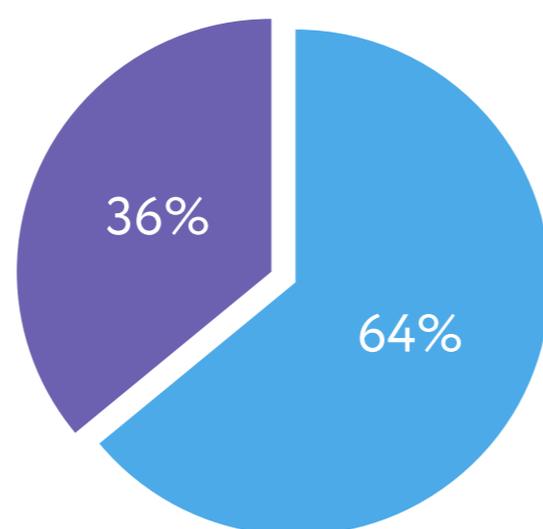
* Вопрос предполагал возможность выбора нескольких вариантов ответа, сумма не сводится к 100%.

** Показатели численности занимающихся по программам охраны и безопасности труда не учитывались в дальнейших расчетах рынка ДПО.

Объем рынка дополнительного профессионального образования

По нашим расчетам, рынок дополнительного профессионального образования на конец 2016 г. оценивается в 105,1 млрд руб. Как было сказано ранее, численность взрослой аудитории дополнительных услуг в образовании будет уменьшаться ввиду неблагоприятной динамики демографических показателей в когорте 25–64 года. Сократится и объем рынка: мы рассчитываем приблизительно на 104 млрд руб. в 2021 г.

Средневзвешенное значение чека по всем офлайновым программам обучения в 2016 г. составляло 25,8 тыс. руб. для индивидуальных слушателей и 9,7 тыс. руб. для корпоративных клиентов. Доля денег, потраченных на ДПО самими слушателями, к 2021 г. составит примерно 66,3 млрд руб., еще 37,6 млрд руб. — затраты компаний на обучение сотрудников.



103,9 млрд руб.

Общий объем рынка

- Деньги слушателей
- Деньги организаций

* Здесь приводятся прогнозные показатели на 2021 г.

Проникновение онлайн-образования

По состоянию на конец 2016 г. мы оцениваем долю проникновения онлайн-обучения в сегменте ДПО примерно в 10% от общей аудитории сегмента и приблизительно в 7% от объема рынка. В денежном выражении сектор онлайн в данном сегменте оценивается в сумму около 7 млрд руб. Причем 4,5 млрд руб. здесь — расходы слушателей, а 2,5 млрд руб. — деньги организаций-работодателей, как из частного, так и из государственного сектора. Средний чек за онлайн-обучение в этом сегменте — 15 тыс. руб. в год. В динамике до 2021 г. мы ожидаем роста аудитории онлайн-сектора до 14% от общей аудитории ДПО и до 11% в деньгах от рынка. По нашим прогнозам, сектор онлайн-обучения в ДПО достигнет объема 11,3 млрд руб. уже к 2021 г.: 7,3 млрд руб. составят затраты индивидуальных слушателей, 4 млрд руб. — затраты работодателей.

2016 год

7 млрд руб.

Онлайн 6,7%



2021 год

11,3 млрд руб.

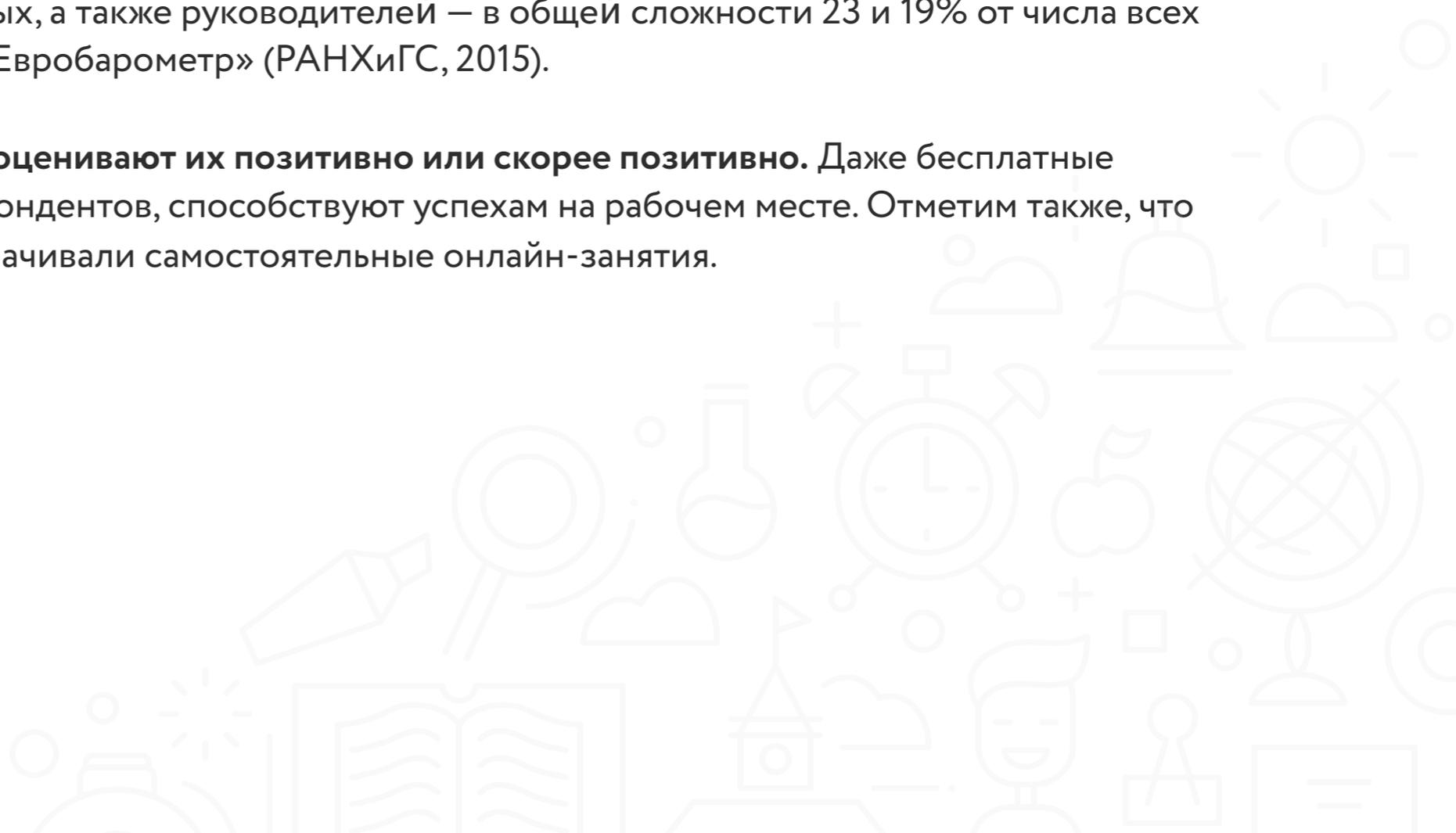
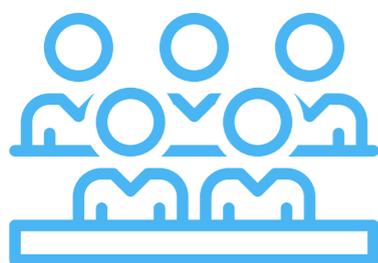
Онлайн 10,9%

| Аудитория онлайн-образования

По данным опроса аудитории ДПО (РАНХиГС, 2015), выбор в пользу онлайн-обучения люди совершают чаще всего в условиях нехватки времени при высоком базовом уровне образования. Напомним, что нехватка времени была одной из основных причин отказа от прохождения ДПО: такой вариант ответа выбрали 27% опрошенных. Разумеется, проблема дефицита времени ощущается главным образом в Москве и крупных городах с населением от 1 млн человек.

Пиковый возраст аудитории онлайн-обучения попадает в диапазон 36–45 лет — несколько выше среднего возраста получающих ДПО в целом. Выше у нее и средний уровень образования. В разрезе по профессиональным группам опрошенных стоит отметить большую популярность интернет-обучения среди бизнесменов и самозанятых, а также руководителей — в общей сложности 23 и 19% от числа всех опрошенных в рамках проекта «Евробарометр» (РАНХиГС, 2015).

86% прошедших онлайн-курсы оценивают их позитивно или скорее позитивно. Даже бесплатные интернет-курсы, по словам респондентов, способствуют успехам на рабочем месте. Отметим также, что 73% опрошенной аудитории оплачивали самостоятельные онлайн-занятия.





Языковое обучение

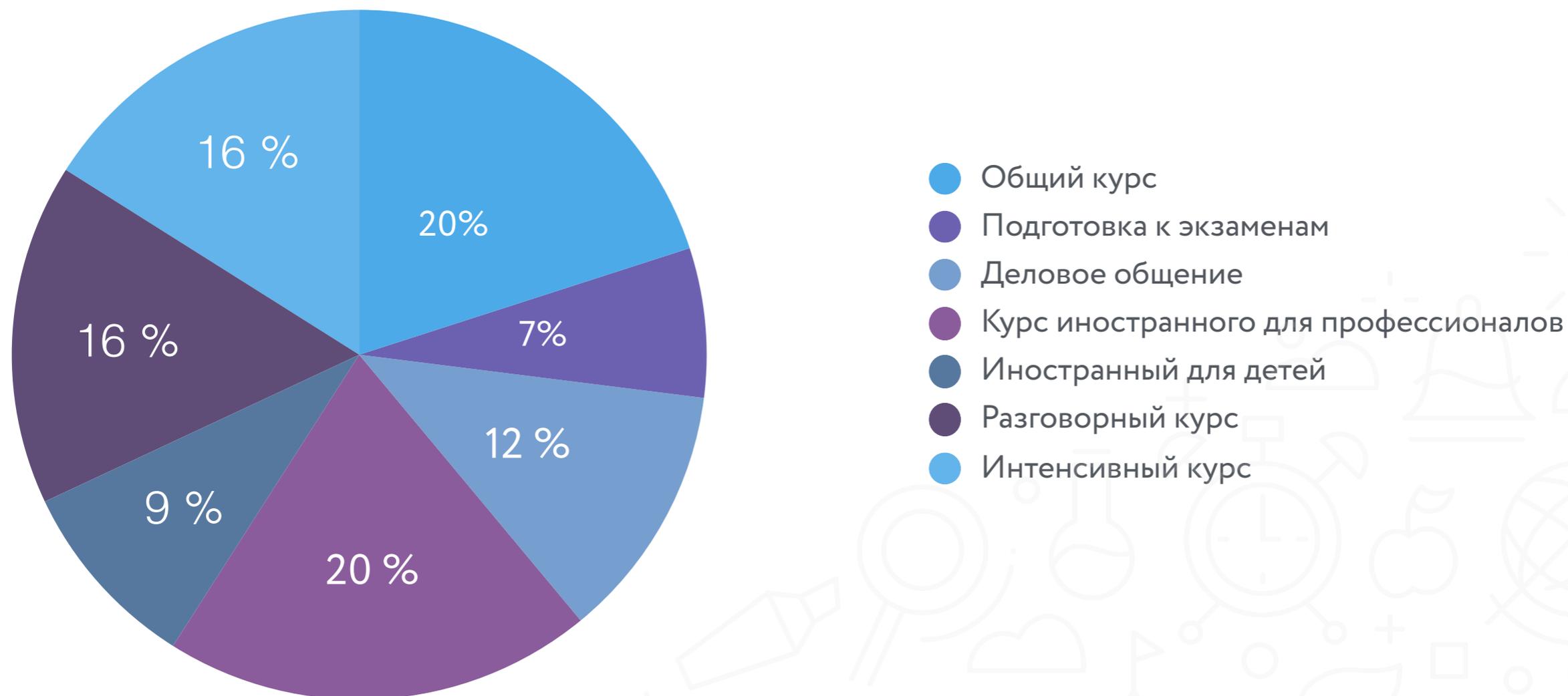
| Структура сегмента языкового обучения

Рынок изучения иностранных языков охватывает широкий спектр услуг, классифицируемых как по образовательным механикам, так и по типу аудитории пользователей. В расчетах рынка не учитывались данные по аудитории, бесплатно пользующейся онлайн-тренажерами или методическими пособиями для самостоятельного изучения языка. Возрастной диапазон рассматриваемой аудитории рынка – 25–64 года. Опираясь на проведенное агентством «Технологии Роста» исследование рынка столичных языковых школ, мы выделяем следующие наиболее значимые подсегменты:

- **традиционные школы** (аудиторные занятия по стандартным программам «уровневого» освоения языков; здесь мы учитываем как международные языковые школы-сети, так и единичные несетевые школы);
- **авторские школы** (сравнительно небольшой сегмент несетевых языковых школ с применением авторских методик обучения);
- **языковые клубы** (различные форматы разговорных клубов, встречи с носителями языка – формат, постепенно набирающий популярность в крупных городах);
- **индивидуальные занятия** с репетитором, преподавателем в формате офлайн;
- **школы дистанционного обучения** (онлайн), репетиторские услуги (либо исключительно онлайн-обучение, либо смешанные формы занятий; также учитываются заочные формы изучения иностранных языков с использованием онлайн-тренажеров, мобильных приложений и пр.)

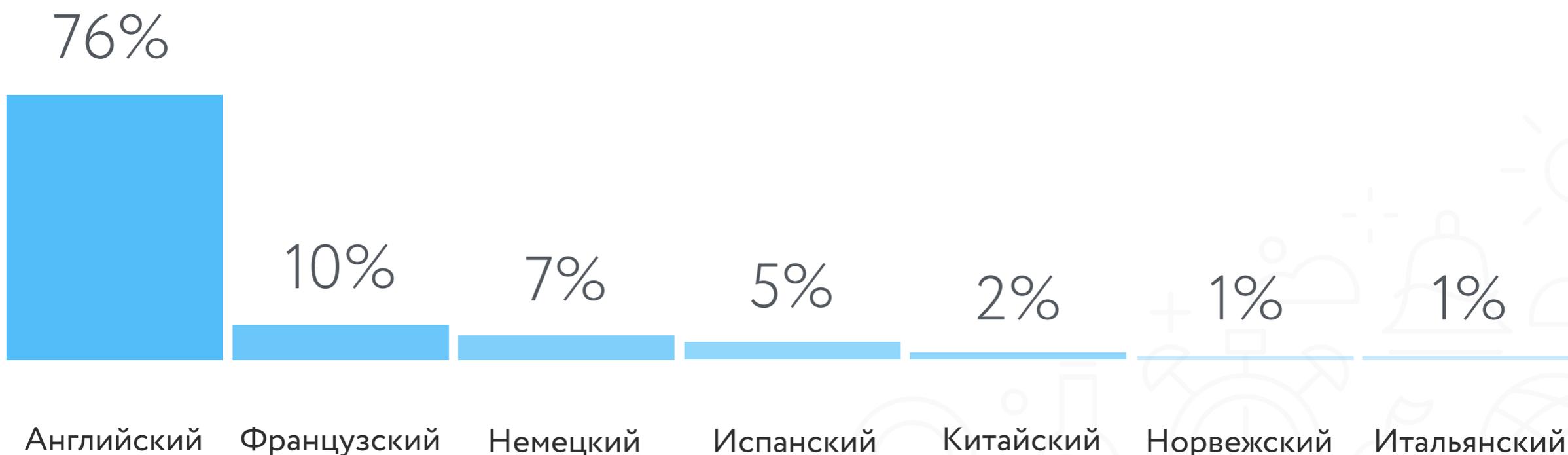
Распределение по целям обучения

По данным полевого исследования агентства «Технологии Роста» (2014), в числе наиболее востребованных курсов для освоения языка – общий курс иностранного языка (20% ответивших), курсы «отраслевого» иностранного для профессионалов (20%), курсы подготовки к международным экзаменам (7%), обучение навыкам делового общения (12%).



Распределение по языкам

Из материалов исследования «Технологий Роста» (2014) следует, что, помимо английского (он доминирует), наиболее востребованы у слушателей школ немецкий и французский языки. Далее в порядке убывания идут испанский, китайский, итальянский и норвежский. Доля изучающих английский язык стабильно растет с 2011 г., тогда как немецкий и французский к 2014 г. потеряли в рейтинге по 6 пп. Аудитория изучающих другие языки из списка также убывает, вероятно в пользу тех, кто осваивает английский.



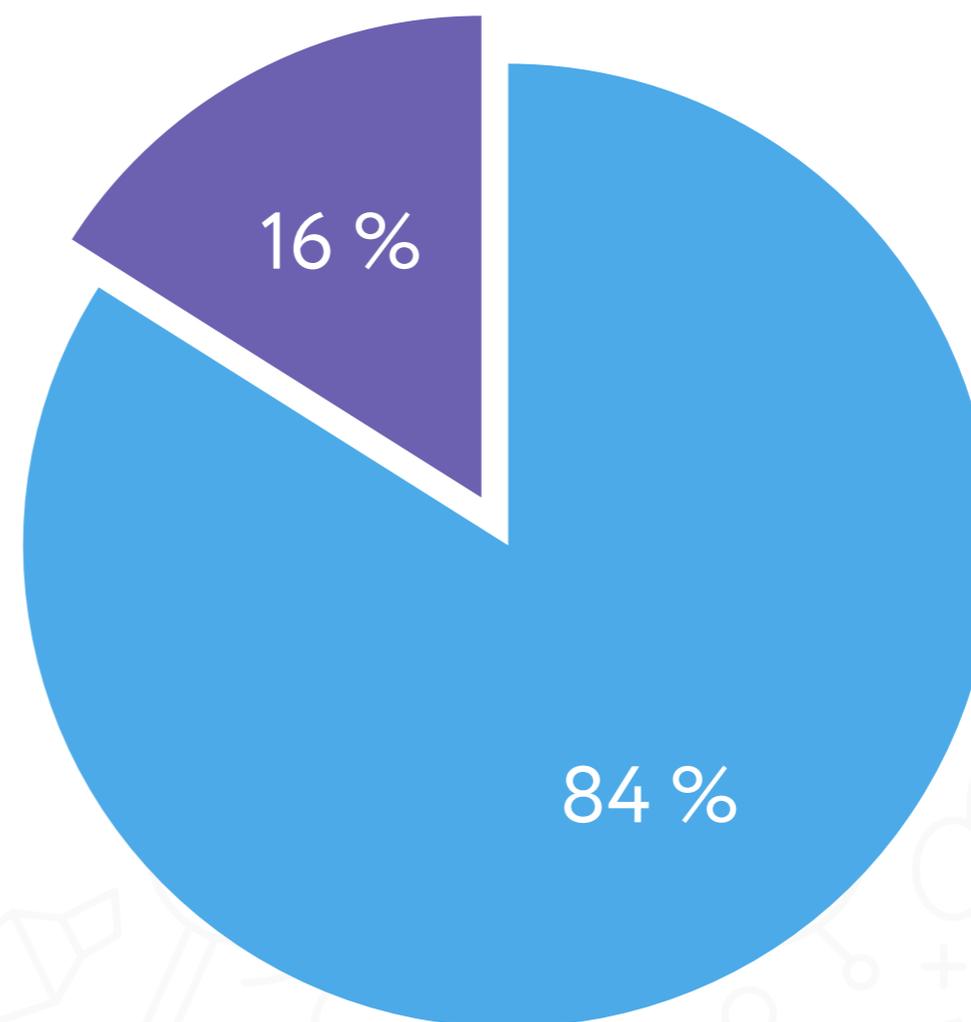
| Аудитория языкового обучения

Общий объем аудитории рынка языкового обучения на 2016 г. мы оцениваем приблизительно в 1,1% от всего населения РФ в возрасте от 25 до 64 лет. В абсолютных числах это чуть более 1 млн человек. Из них 840 тыс. слушателей занимаются в группах, 193 тыс. — индивидуально. Мы прогнозируем незначительное сокращение численности аудитории за счет демографической динамики — на 33 тыс. человек к 2021 г., но в деньгах рынок практически не потеряет.

1 млн человек

Аудитория

- Групповые занятия
- Индивидуальные занятия



* Здесь приводятся прогнозные показатели на 2021 г.

** Более точные данные — во второй части исследования (май 2017 г., <http://edumarket.digital>).

| Объем рынка языкового обучения

Суммарный объем рынка языковых услуг по итогам 2016 г. оценивается в 30,9 млрд руб. Согласно прогнозу, к концу 2021 г. он составит 30,7 млрд руб. Как было сказано ранее, незначительное падение связано с демографическим прогнозом Росстата на уменьшение когорты взрослых.



30,7 млрд руб.
Объем рынка

* Здесь приводятся прогнозные показатели на 2021 г.

** Более точные данные — во второй части исследования (май 2017 г., <http://edumarket.digital>)

Проникновение онлайн-образования

На онлайн-обучение, по нашим расчетам, приходится приблизительно 7% от суммарного объема рынка языковых услуг в 2016 г. В денежном выражении это порядка 2,2 млрд руб. Позитивная динамика проникновения цифровых технологий позволяет прогнозировать дальнейшее увеличение доли онлайн до 11% от рынка к 2021 г. Ожидаемая динамика роста аудитории онлайн-сектора впечатляет — с 99 тыс. человек в 2016 г. до 145 тыс. в 2021 г. Средний ежемесячный чек за онлайн-услуги в 2016 г. составил 3,6 тыс. руб.

2016 год

2,2 млрд руб.

Онлайн 7%



2021 год

3,3 млрд руб.

Онлайн 10,7%

* Здесь приводятся прогнозные показатели на 2021 г.

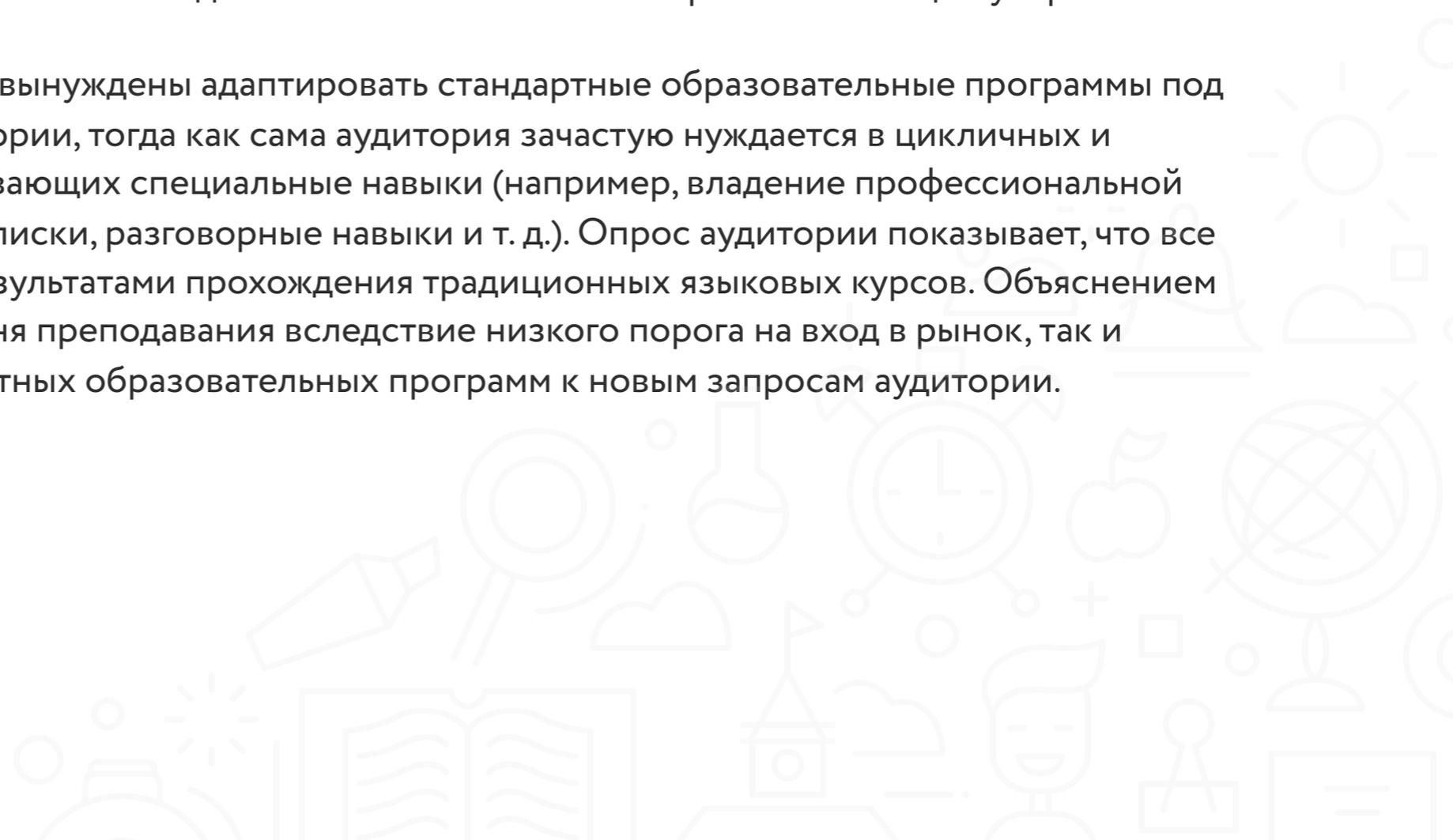
** Более точные данные — во второй части исследования (май 2017 г., <http://edumarket.digital>).

| Проникновение онлайн-образования

По мнению аналитиков агентства «Технологии Роста», **тренд на быстрый рост онлайн-сегмента рынка языковых услуг** наметился в силу того, что меняется сама модель их потребления. Аудитория, с одной стороны, стала более взыскательна в отношении качества услуг и компетенции преподавателей, а с другой – чаще стремится к оптимизации расходов с сохранением приемлемого качества услуг.

Еще пять лет назад наиболее активную часть взрослой аудитории языковых школ составляли группы профессионалов с относительно высокими доходами, получающих «уровневые» языковые компетенции. Сегодня же пул потребителей этих услуг более разнообразен и охватывает категории с более низким уровнем образования и дохода, что также способствует увеличению спроса на онлайн-обучение, которое, судя по суммам средних чеков, оказывается дешевле и постепенно «отыгрывает» позиции у офлайна.

Традиционные языковые школы вынуждены адаптировать стандартные образовательные программы под запросы новых сегментов аудитории, тогда как сама аудитория зачастую нуждается в циклических и кратковременных курсах, развивающих специальные навыки (например, владение профессиональной лексикой, навыки деловой переписки, разговорные навыки и т. д.). Опрос аудитории показывает, что все большая ее часть недовольна результатами прохождения традиционных языковых курсов. Объяснением тому служит как снижение уровня преподавания вследствие низкого порога на вход в рынок, так и трудности с адаптацией стандартных образовательных программ к новым запросам аудитории.





Инвестиции в российский рынок онлайн-образования

I Инвестиции в цифрах

При достаточно скромном объеме российского венчурного рынка в целом * в России до сих пор было заключено крайне мало инвестиционных сделок в сфере EdTech. В течение трех лет (2014, 2015 и 2016 гг.) было зафиксировано лишь 65 сделок. Только несколько из них превысили \$1 млн и меньше двух десятков составили более \$100 тыс. Общее число сделок, вероятно, выше — за счет тех, которые не раскрывались их сторонами или по разным причинам остались вне нашего поля зрения.

Фонд развития интернет-инициатив (ФРИИ), созданный в 2013 г. по предложению президента РФ, инвестировал небольшие суммы в 26 проектов, обеспечив 40% зафиксированных сделок.

Другие фонды и акселераторы на протяжении трех лет приняли участие еще в 13 сделках, в то время как корпорации оказали финансовую поддержку семи стартапам, включая гранты.

Частные инвесторы (бизнес-ангелы) приняли участие в 15 сделках. Судя по всему, большая часть сделок, информация по которым не раскрывалась, относится к их сегменту.

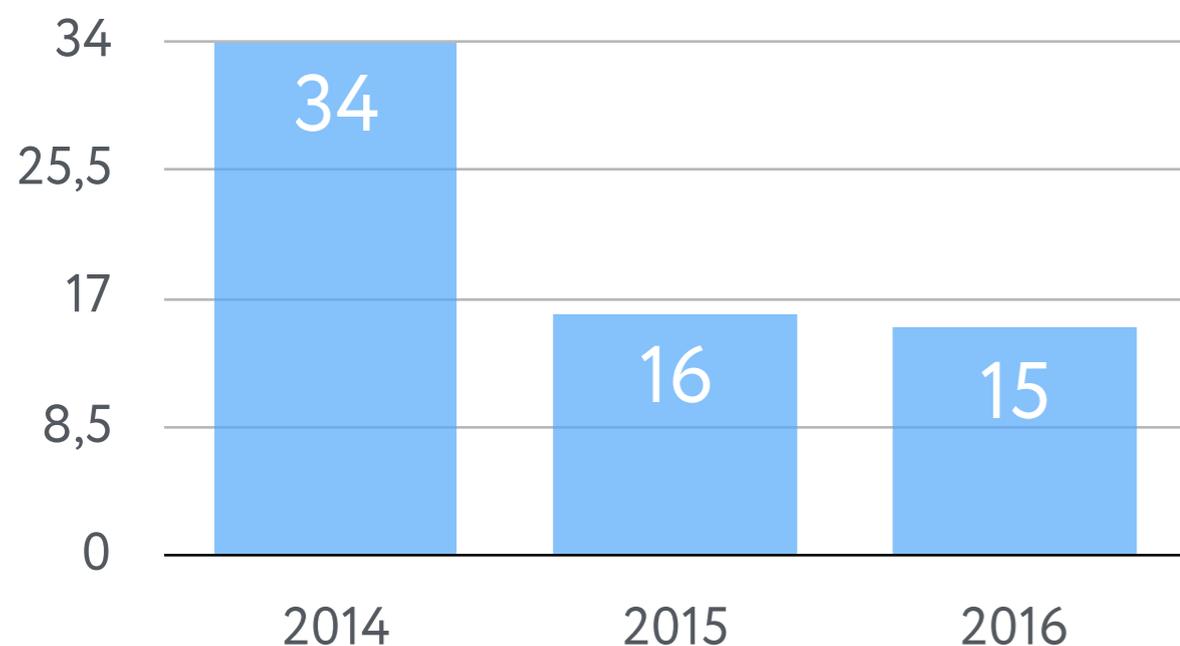
Общий объем инвестиций в течение каждого отдельно взятого года ни разу не превысил \$10 млн. В 2016 г. их объем был незначительным: только \$2,1 млн было вложено в российские стартапы в сфере образовательных технологий (учитывая лишь зафиксированные сделки, сумма которых была раскрыта). **

* В своем ежегодном отчете RB Partners и EY зафиксировали 302 венчурные сделки в России, из них лишь 67 — с участием проектов на посевной стадии и стадии стартапа.

** Как показано в первой части отчета, объем мировых инвестиций в образовательные технологии также снизился в 2016 г. — приблизительно на 30%, до \$2,0-2,2 млрд. Инвестиции в стартапы сократились также в других сферах.

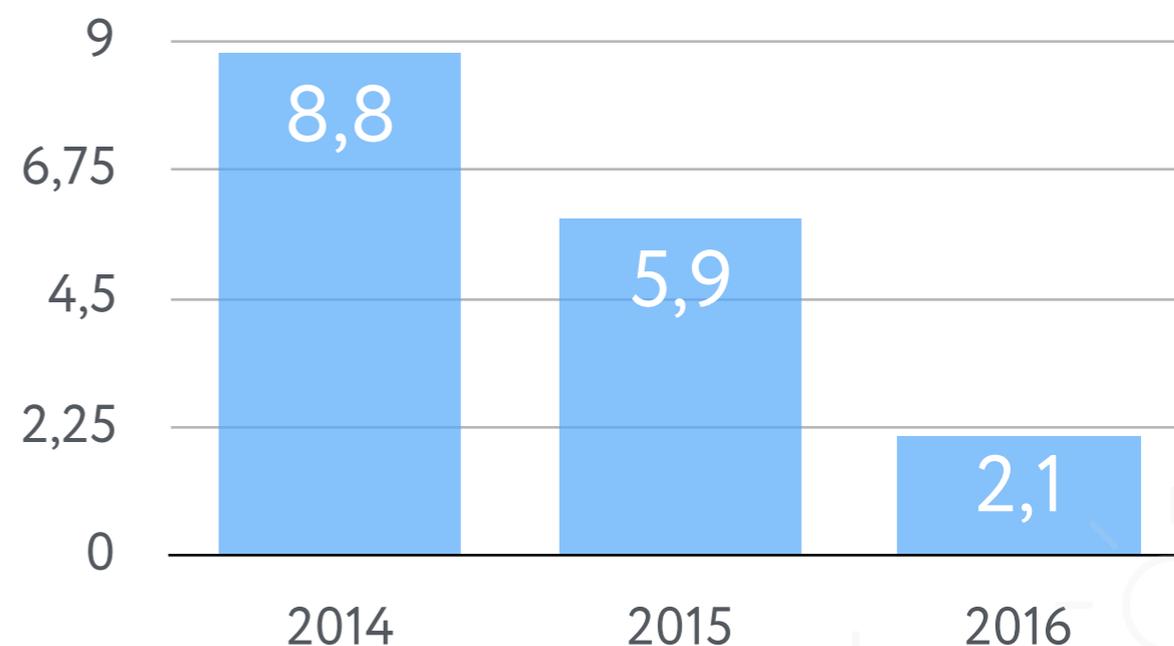
Объем инвестиций

Количество зафиксированных инвестиционных сделок в сфере образовательных технологий в России



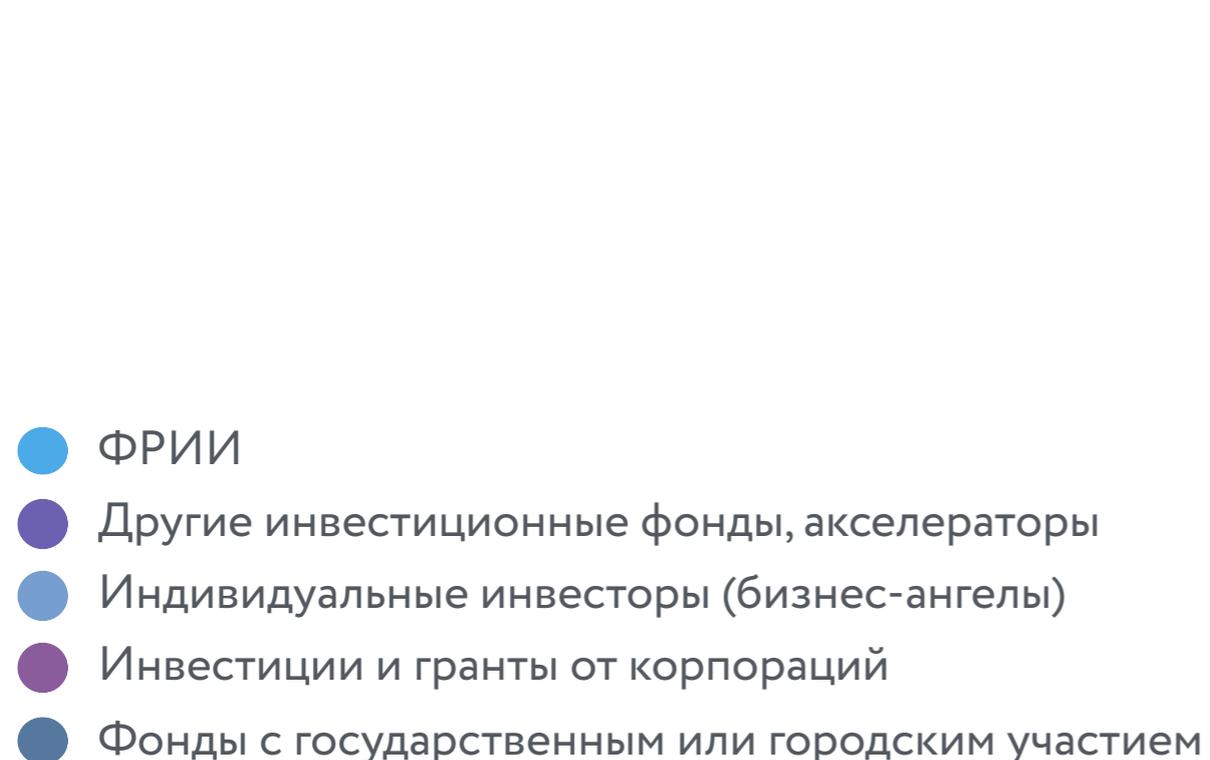
Исследование основано на данных Rusbase, ФРИИ и других источниках. Эти показатели включают инвестиции всех объемов от государственных и частных инвестиционных фондов, акселераторов, частных инвесторов и корпораций в стартапы, находящиеся в России. Фактическое количество сделок наверняка значительно выше, учитывая те, которые не раскрывались их сторонами или по разным причинам остались вне нашего поля зрения.

Ежегодный объем инвестиций (в млн долл. США)



Исследование основано на данных Rusbase, ФРИИ и других источниках. Эти показатели включают все типы инвестиционных сделок, за исключением инвестиций российских фондов в зарубежные стартапы. Фактический объем инвестиций наверняка выше, учитывая те, которые не раскрывались их сторонами или по разным причинам остались вне нашего поля зрения. Например, сумма сделки по поглощению стартапа GeekBrains компанией Mail.ru Group в 2016 г. не была раскрыта.

Распределение сделок по типу инвестора (2014-2016 гг.)



Источники: Rusbase, ФРИИ, EWDN. Эти показатели отражают инвестиции всех размеров в российские образовательные стартапы с участием российских и зарубежных организаций.

I Тренды рынка

Венчурные инвесторы практически исчезли из сферы российских образовательных технологий после нескольких значительных сделок в 2011–14 гг.

«Вначале венчурные инвесторы действительно с энтузиазмом воспринимали образовательные технологии, однако это было тем, что можно назвать „фальстарт“. Некоторые проекты, получившие хорошую поддержку от венчурных фондов, провалились или не оправдали ожиданий, потому что рынок не был готов, а также потому, что им не доставало специалистов. Это породило разочарование и скептицизм в среде венчурных инвесторов, которые рассчитывали на тенденции Кремниевой долины», — вспоминает Максим Спиридонов, основатель компании «Нетология-групп».

Однако в течение этих лет — в том числе в 2014–2016 гг., с крайне малым числом сделок, — аудитория продолжала расти, что привело к первым значительным успехам стартапов. Таким образом, доходы «Нетологии-групп» (она работает только на российском рынке) достигли нескольких миллионов долларов в 2014–2015 гг. и выросли почти на 150% в течение 2016 г. Этот стартап был одним из очень немногих, получивших значительную поддержку от венчурных инвесторов в 2014–2015 гг.

Некоторые российские стартапы в сфере образовательных технологий с базой клиентов до нескольких миллионов человек заняли прочные позиции на международном рынке. Среди наиболее заметных примеров можно выделить Coursmos, Easy Ten и Preply (последний имеет украинско-российские корни), а также iSpring в корпоративном секторе.

Между тем на рынок начали выходить корпорации. 2016 год ознаменовался поглощением стартапа GeekBrains компанией Mail.ru Group, а также объявлением об инвестиционной программе в размере нескольких десятков миллионов долларов издательством «Просвещение».

В связи с благоприятными веяниями **рынок образовательных технологий стал вызывать большее доверие у инвесторов**. С удивительным единодушием те из них, кто дал интервью для нашего исследования, положительно отзывались о рынке, хотя некоторые весьма избирательны относительно критериев отбора стартапов (см. «Инвестировать или нет? Слово инвесторам»).

Рынок образовательных технологий вызывает интерес не только у бизнес-ангелов, венчурных фондов, корпораций и государственных структур, но и у видных бизнесменов. Среди них, по нашим сведениям, основатель «Северстали» Алексей Мордашов, сооснователь QIWI Сергей Солонин, а также Игорь Рыбаков, чей некоммерческий фонд запустил несколько программ по поддержке образовательных проектов.

I Трансграничные инвестиции

Иностранные инвесторы уже некоторое время практически отсутствуют на российском рынке. Согласно нашему исследованию, только шесть сделок прошли с участием зарубежных инвесторов.

- В 2016 г. американский акселератор 500 Startups вложил \$125 тыс. в Easy Ten.
- В 2015 г. Enterprise Ireland вложил \$44 тыс. в Survival Russian.
- В том же году Microsoft выделила грант в \$60 тыс. компании BrainApps.
- В 2014 г. Microsoft вложила \$67 тыс. в Wikium и выделила грант в \$42 тыс. «ЯКласс», в то время как Facebook выделил грант в \$40 тыс. компании Easy Ten.

В то же время некоторые российские фонды (или фонды с российскими корнями) вкладывали деньги в иностранные образовательные стартапы. Наиболее значимыми сделками были:

- инвестиции в размере \$2,5 млн со стороны фонда Sistema_VC в стартап Mel Science (со штаб-квартирой в Великобритании и российскими корнями) в 2016 г.;
- участие Runa Capital в инвестициях в американский стартап SchoolMint, составивших \$5,6 млн, а также в стартап Brainly, составивших \$9,4 млн, в 2014 г.;
- инвестиции Maxfield Capital в израильский стартап SpeakingPal в размере более \$1 млн в том же году.

За исключением последней, эти сделки превышали по объему любую из инвестиций в российские стартапы в течение того же периода. В сущности, ни один из российских фондов, участвовавших в сделках с иностранными стартапами в сфере образовательных технологий, не вкладывал столько же в стартапы отечественные.

| Российские EdTech-стартапы с наиболее крупным венчурным финансированием

- Coursmos. \$680 тыс. в 2014 г. от российского венчурного фонда Imperious Group, украинского инкубатора Harry Farm и российского бизнес-ангела Евгения Медведникова, \$600 тыс. в 2015 г. от Altera Capital и Imperious Group.
- «Дневник.ру». \$1,7 млн от Prostor Capital в 2011 г., \$5 млн от Runa Capital в 2012 г.
- Easy Ten. Около \$500 тыс. от ФРИИ в 2014 г., \$125 тыс. от американского акселератора 500 Startups в 2016 г.
- Geen.io. \$2 млн от нераскрытого инвестора в 2014 г.
- Lingualeo. \$200 тыс. ангельских инвестиций в 2010 г., \$3 млн от Runa Capital в 2013 г., \$500 тыс. от Social Discovery Ventures и Runa в 2015 г.
- «Нетология-групп». \$2,2 млн в 2014 г. от InVenture Partners, \$1,6 млн в 2015 г. от Buran Venture Capital.

I Первые шаги корпораций

После многих лет бездействия в 2016 г. две крупные российские корпорации предприняли заметные шаги на рынке образовательных технологий.

Совершенное в августе 2016 г. поглощение образовательной онлайн-платформы для разработчиков GeekBrains компанией Mail.ru Group стало первой крупной корпоративной инвестиционной сделкой с образовательным стартапом в России. Это событие было воспринято в среде инвесторов и предпринимателей как показатель далеко идущего интереса корпораций в этом секторе.

«GeekBrains — это быстро развивающийся бизнес с большим потенциалом», — утверждает Александр Горный, директор по стратегии и анализу Mail.ru Group. Согласно данным, представленным GeekBrains, сервисом ежемесячно пользуются 500 тыс. пользователей. На март 2017 г. в нем зарегистрировано более 1,6 млн человек.

Еще одно важное событие произошло в октябре 2016 г., когда российский издательский дом «Просвещение» объявил о своем намерении масштабно поддержать проекты в сфере образовательных технологий через акселератор стартапов ФРИИ (см. следующую секцию).

Конечно, одного приобретения и одного заявления о намерениях недостаточно для того, чтобы констатировать тренд. Однако корпорации, вероятно, будут делать новые шаги на рынке, по мере того как онлайн-образование и другие образовательные технологии будут все глубже проникать в образование и другие секторы экономики.



Александр Горный

Директор по стратегии и анализу Mail.ru Group

«Мы очень заинтересованы в образовательных технологиях и готовы к
дальнейшим поглощениям»

I Первые шаги корпораций

Помимо прочего, оба события значительно повлияли на отношение венчурных инвесторов к образовательным технологиям. Ряд участников рынка, дававших интервью для нашего исследования, упомянули их как подтверждение потенциала отрасли и возможности для инвесторов с прибылью выходить из проектов (exits).

«Мы видим, что такие крупные игроки, как Mail.ru Group и „Яндекс“, и другие проявляют огромный интерес к этой сфере, так как они понимают, что этот рынок еще предстоит монетизировать. А их товар (трафик) является ценным активом», — отмечает Александр Видиборский, старший инвестиционный менеджер Runa Capital.

Интерес российских корпораций к рассматриваемому рынку также может быть проиллюстрирован двумя другими внутренними проектами. В сентябре 2016 г. ABBYY, крупный международный поставщик решений в сфере искусственного интеллекта и лингвистики, запустил ABBYY Monitoring. Эта платформа, в которую, по данным Rusbase, ABBYY вложил более \$1,5 млн, была разработана для массовой независимой диагностики и оценки качества образования.

Другой шаг был предпринят Genome Ventures. Эта организация, которую возглавляет бывший глава администрации президента России Александр Волошин, инкубирует внутренние стартапы в сфере образования и технологий «умного города».

В сентябре 2015 г. Genome Ventures запустил Proflum — онлайн-инструмент для оценки детских способностей и их развития, позволяющий родителям создавать индивидуальный план обучения для ребенка. Финансовая сторона проекта не была раскрыта.



Дмитрий Климишин

Управляющий директор АО «Издательство «Просвещение»

«Будущее – за „умными классами“ и экосистемами, поддерживающими смешанное обучение, дополнительное образование, профориентацию. Как нигде, в образовании будут значимы „большие данные“ – они позволят эффективно управлять образовательным результатом не только каждого отдельного учащегося, но и школ и даже регионов»

| ФРИИ — самый активный инвестор

ФРИИ — российский фонд венчурных инвестиций, учрежденный в 2013 г. Агентством стратегических инициатив.* Миссия фонда — «сделать российский рынок понятным и доступным каждому предпринимателю, желающему начать или расширить свой бизнес в интернете».

Наделенный огромным капиталом (\$200 млн по курсу 2013 г.), фонд вложился уже более чем в 270 стартапов.

В образовательные стартапы фонд начал инвестировать спустя короткое время после запуска. Таким образом, ФРИИ участвовал в 26 из 65 инвестиционных сделок (40%), зафиксированных в период 2014–2016 гг. в рамках исследования. В большинстве случаев он вкладывал небольшие суммы — от \$20 тыс. до \$65 тыс. — в рамках своей стандартной программы по поддержке стартапов на ранних стадиях.

«Мы всегда рассматривали сегмент образовательных технологий в качестве перспективного, но в 2016 г. начали изучать его особенно детально, с учетом знаков заинтересованности крупных игроков рынка в образовательных технологиях», — комментирует Максим Калюжный, инвестиционный аналитик ФРИИ.

* ФРИИ, однако, не является госорганизацией: юридически он зарегистрирован как «фонд», то есть разновидность НКО. Среди учредителей фонда нет ни государственных органов власти, ни бюджетных организаций: учредителем ФРИИ выступило Агентство стратегических инициатив (АСИ). Фонд не получал средств от государства, государственных органов или бюджетных учреждений. Организации, вложившие средства во ФРИИ, не разглашаются в соответствии с практикой многих фондов на венчурном рынке.

Партнерство ФРИИ с издательством «Просвещение»

В октябре 2016 г. «Просвещение» и ФРИИ договорились о поддержке образовательных стартапов через акселератор ФРИИ. Такие проекты смогут рассчитывать на более крупные инвестиции, учитывая дополнительное финансирование от издательства.

Издательский дом может инвестировать до 3 млрд руб. (около \$48 млн). Со своей стороны ФРИИ будет заниматься отбором стартапов и планирует инвестировать в проекты сферы EdTech 500 млн руб. (около \$8 млн).

Инициатива предназначена для стартапов в сфере образовательных технологий, включая онлайн-курсы, а также проекты, связанные с робототехникой, виртуальной и дополненной реальностью, обладающие потенциалом применения в образовательной сфере. «Между образовательными проектами и „Просвещением“ могут установиться партнерские отношения. Либо решения, предложенные стартапами, могут быть интегрированы в операционную деятельность издательства», — комментирует г-н Калюжный.

Эксперты издательства «Просвещение» уже привлекаются к консультированию резидентов акселератора ФРИИ, открывая дорогу возможным инвестициям со стороны издательства.



ПРОСВЕЩЕНИЕ
ИЗДАТЕЛЬСТВО



Инвестировать или нет? Слово инвесторам

Почему СТОИТ инвестировать



Сергей Азатян

Управляющий партнер InVenture Partners

«Глобальный рынок образовательных технологий обладает гигантским инвестиционным потенциалом, учитывая совокупные темпы годового роста, которые составили 28% за последние пять лет благодаря все большему проникновению цифрового образования. Сектор образовательных технологий сохранит скорость роста, осваивая общий образовательный рынок, объем которого составляет \$6 трлн. [Пусть и в меньшем масштабе,] ситуация в России в большой степени та же, что и на мировом рынке: огромный офлайн-сектор быстро переходит в онлайн. Внутренний рынок находится на очень ранней стадии, но является одним из самых многообещающих секторов. В нем найдется место для „нового Mail.ru“, посвященного образованию по нескольким вертикалям».



Александр Горный

Директор по стратегии и анализу Mail.ru Group

«Мы чрезвычайно заинтересованы в образовательных технологиях. Во-первых, это растущий рынок с огромным потенциалом, который не должен быть упущен. Во-вторых, мы уверены, что будущее образования за онлайн-образованием. Именно поэтому мы активно разрабатываем собственные проекты в сфере онлайн-образования, а также инвестируем в эту сферу».

| Почему СТОИТ инвестировать



Максим Калюжный
Инвестиционный аналитик ФРИИ

«Российский рынок онлайн-образования еще очень маленький, но у него большой потенциал развития».



Дмитрий Климишин
Управляющий директор АО «Издательство „Просвещение“»

«Онлайн-образование и EdTech, безусловно, изменят ландшафт образовательных продуктов и сервисов, так же как это произошло во многих других сферах».



Анна Шайхутдинова,
Партнер по образовательным проектам Genome Ventures

«В 2016 году образовательные технологии назывались новым финтехом в мировом технологическом инвестиционном сообществе. Потенциал образовательных технологий не имеет границ, так как люди заинтересованы в пожизненном образовании, а знания становятся все более доступными. В России образование является одним из приоритетов. В этой сфере имеет место неудовлетворенная потребность в технологиях, а новые навыки становятся очень востребованными в условиях динамичного развития системы образования, которая стремится удовлетворить запросы растущего рынка».

| Почему СТОИТ инвестировать



Алексей Соловьев
Управляющий директор Prostor Capital

«Значительная целевая аудитория охватывает миллионы школьников, студентов и взрослых, которые хотят улучшить свои навыки в различных сферах. Образовательные технологии стимулируют новые способы обучения; они могут служить альтернативой или дополнением традиционного образования, уровень которого в России остается невысоким, особенно на уровне школ».



Александр Видиборский
Старший инвестиционный менеджер Runa Capital

«Сектор образовательных технологий однозначно остается одной из наших целевых отраслей после нескольких инвестиционных сделок в этой сфере. Мы верим, что эта сфера может быть значительно усилена путем внедрения современного программного обеспечения. Образовательный сектор, и Россия не исключение, является очень крупным и растущим рынком, который долгое время кардинально не менялся. Таким образом, он обладает значительным еще не раскрытым потенциалом для компаний, разрабатывающих программное обеспечение и специализирующихся на образовательных инструментах».

| Почему НЕ СТОИТ инвестировать



Сергей Азатян

Управляющий партнер InVenture Partners

«Вырастить крупные компании в сфере образовательных технологий в рамках одной вертикали (сегмента рынка), размер которой слишком ограничен, будет сложно».



Дмитрий Климишин

Управляющий директор АО «Издательство „Просвещение“»

«Основными препятствиями на пути активного развития цифрового образования являются слабая IT-грамотность участников образовательного процесса, нехватка оборудования, обусловленная его высокой стоимостью, а также зачастую слабые каналы связи».



Анна Шайхутдинова,

Партнер по образовательным проектам Genome Ventures

«Система образования в России чрезвычайно централизована и является главным образом государственной. На данный момент предпринимаются попытки регулировать онлайн-образование, и остается неизвестным, к чему могут привести такие шаги».

| Почему НЕ СТОИТ инвестировать



Алексей Соловьев

Управляющий директор Prostor Capital

«Основное препятствие — в менталитете преподавателей и студентов, которые мыслят очень консервативно. Инновации проникают в образовательные учреждения с большим трудом. Например, многие директора школ до сих пор предпочитают использовать бумажные классные журналы, как это было еще в 1970-х».



Александр Видиборский

Старший инвестиционный менеджер Runa Capital

«Некоторые игроки рынка разрабатывают программные продукты, которые являются нашим главным приоритетом. Большинство образовательных проектов в России касаются производства контента или маркетплейсов, что является менее привлекательным для нас, поскольку такие продукты нелегко масштабировать. Бизнес-модели тоже могут стать преградой, так как люди привыкли к бесплатным, финансируемым государством услугам и не готовы платить. Таким образом, потенциал монетизации находится главным образом за границей. И последнее: в России мало перспектив экзита в обозримом будущем. Кто может приобрести образовательный стартап за \$50 млн или \$150 млн?»

| Приоритеты и критерии инвесторов



Александр Горный

Директор по стратегии и анализу Mail.ru Group

«Мы заинтересованы в продуктах, которые смогут генерировать доходы по меньшей мере в 1 млрд руб. через 3–5 лет. Мы отдаем предпочтение масштабируемым сервисам, проектам в сферах shared economy и образовательных технологий».



Дмитрий Климишин

Управляющий директор АО «Издательство „Просвещение“»

«Как нигде, в образовании будут значимы „большие данные“, — они позволят эффективно управлять образовательным результатом не только каждого отдельного учащегося, но и школ и даже регионов. Для сервисов, использующих „большие данные“, крайне важен будет качественный контент, прошедший фильтры экспертной оценки. Также останется очень важной компетенция педагогического проектирования, методического сопровождения цифровых продуктов».

| Приоритеты и критерии инвесторов



Анна Шайхутдинова,
Партнер по образовательным проектам Genome Ventures

«Согласно недавним данным, в сфере самостоятельного обучения наметился спад, поэтому мы не инвестируем в это направление. Также мы не заинтересованы в бизнес-моделях b2g, и, соответственно, системы управления обучением не входят в сферу наших интересов. Использование виртуальной и дополненной реальности в обучении и оценивании, новые технологии оценки способностей, персонализированное образование, обучение по запросу для взрослых — это то, что, на наш взгляд, обладает большим потенциалом».



Александр Видиборский
Старший инвестиционный менеджер Runa Capital

«Как правило, мы рассматриваем проекты с большим / доказанным международным потенциалом. Многие утверждают, что обладают таким потенциалом, однако источником 95% их фактических доходов является Россия. Хорошим показателем было бы получение около 30% доходов из-за границы. Если это решение для предприятий, то оно должно иметь уже как минимум десяток международных покупателей».

Список сделок за 2014-2016 гг.

Месяц/год	Название стартапа	URL	Сектор	Страна	Инвесторы	Иностранные инвесторы	Объем раунда, тыс. долл. США
Декабрь 2016	Программируем играя (SNILBot)	snil-it.org	Дополнительное образование	Россия	ФРИИ	Нет	33
Декабрь 2016	ProctorEdu	proctoredu.ru	Подготовка к экзаменам	Россия	ФРИИ	Нет	33
Октябрь 2016	Система информирования студентов		Другое	Россия	ФРИИ	Нет	33
Октябрь 2016	Mel Science	melscience.com	Дополнительное образование	Россия/ Великобритания	Sistema_VC	Нет	2 500
Сентябрь 2016	4brain	4brain.ru	Дополнительное образование	Россия	ФРИИ	Нет	33
Сентябрь 2016	Абитуриент.про	abitura.pro	Оценка навыков или способностей	Россия	ФРИИ	Нет	33
Сентябрь 2016	Ingenium	rce-edu.ru	Дополнительное образование	Россия	ФРИИ	Нет	33
Сентябрь 2016	Abbyy Monitoring	abbyy.com/ru-ru/monitoring/	B2B/B2G	Россия	ABBY	Нет	1 540
Август 2016	GeekBrains	geekbrains.ru	Дополнительное образование	Россия	Mail.ru Group	Нет	N/A
Июль 2016	Negotraining	negotraining.ru	B2B	Россия	ФРИИ	Нет	32
Март 2016	Brainify	brainify.ru	Оценка навыков или способностей	Россия	ФРИИ	Нет	30
Март 2016	HighBrow	gohighbrow.com	Дополнительное образование	США с российскими основателями	N/A	N/A	150

* Источники: Rusbase, ФРИИ, EWDN. Таблица включает инвестиции всех размеров в российские и зарубежные образовательные стартапы с участием российских и зарубежных организаций. Не отражены сделки, оставшиеся нераскрытыми либо оказавшиеся вне нашего поля зрения.

Список сделок за 2014-2016 гг.

Месяц/год	Название стартапа	URL	Сектор	Страна	Инвесторы	Иностранные инвесторы	Объем раунда, тыс. долл. США
Февраль 2016	УМКИ	umki.vinforika.ru	Дополнительное образование	Россия	ФРИИ	Нет	28
Январь 2016	ПрофКонтур	profkontur.com	Оценка навыков или способностей	Россия	ФРИИ	Нет	28
Январь 2016	Easy Ten	easyten.ru	Дополнительное образование	Россия	500 startup	Да	125
Январь 2016	Marabaka	www.marabaka.ru	Дополнительное образование	Россия	KarmaFlow	Нет	N/A
Январь 2016	SchoolMint	www.schoolmint.com	B2B	США	Runa Capital + американские фонды	Нет	5 600
Октябрь 2015	Survival Russian	survivalrussian.com	Дополнительное образование	Россия	Enterprise Ireland	Да	44
Сентябрь 2015	Онлайн Автошкола		Дополнительное образование	Россия	ФРИИ	Нет	21
Сентябрь 2015	Профилум	proflum.ru	Оценка навыков или способностей	Россия	Genome Ventures	Нет	N/A
Август 2015	Global College	globalcollege.ru	Дополнительное образование	Россия	N/A	N/A	850
Август 2015	Linguatrip	linguatrip.com	Дополнительное образование	Россия	N/A	N/A	100
Июль 2015	Linguachat	linguachat.ru	Дополнительное образование	Россия	N/A	N/A	300
Июль 2015	Coursmos	coursmos.com	Дополнительное образование	Россия	Евгений Медведников, Altera Capital	Нет	850
Май 2015	LinguaLeo	lingualeo.com	Дополнительное образование	Россия	Runa Capital, Social Discovery Ventures	Нет	500

Список сделок за 2014-2016 гг.

Месяц/год	Название стартапа	URL	Сектор	Страна	Инвесторы	Иностранные инвесторы	Объем раунда, тыс. долл. США
Май 2015	BrainApps	brainapps.ru	Интеллектуальное развитие	Россия	Microsoft	Да	60
Апрель 2015	Younico	younico.ru	Дополнительное образование	Россия	N/A	N/A	380
Март 2015	Coursmos	coursmos.com	Дополнительное образование	Россия	Altera Capital, Imperious Group	Нет	600
Март 2015	ЯКласс	yaklass.ru	Подготовка к экзаменам	Россия	N/A	N/A	N/A
Февраль 2015	ЯКласс	yaklass.ru	Подготовка к экзаменам	Россия	ФРИИ	Нет	23
Февраль 2015	Инструктор по покупке квартиры		Самостоятельное обучение для взрослых	Россия	ФРИИ	Нет	23
Февраль 2015	Ю ТЕСТ	vk.com/utestpro	Оценка навыков или способностей	Россия	ФРИИ	Нет	23
Март 2015	Коудвеб	mlearner.com	B2B	Россия с главным офисом в США	Сколково	Нет	33
Февраль 2015	Нетология	netology.ru	B2B	Россия	Buran Venture Capital, InVenture Partners	Нет	2 100
Февраль 2015	Maximum Education	maximumtest.ru	Подготовка к экзаменам	Россия	Russia Partners, CapMan Russia, Siguler & Guff	Да	N/A
Январь 2015	Продлёнка	prodlenka.pro	Оценка навыков или способностей	Россия	Александр Костин	Нет	N/A
Декабрь 2014	StartExam	startexam.ru	B2B	Россия	ФРИИ, Microsoft	Да	67
Декабрь 2014	Викиум	wikium.ru	B2B	Россия	Microsoft	Да	67

Список сделок за 2014-2016 гг.

Месяц/год	Название стартапа	URL	Сектор	Страна	Инвесторы	Иностранные инвесторы	Объем раунда, тыс. долл. США
Декабрь 2014	ЯКласс	yaklass.ru	Подготовка к экзаменам	Россия	Microsoft	Да	42
Декабрь 2014	Geenio	geen.io	B2B	США/ Россия	N/A	Нет	2 000
Декабрь 2014	Инвестиции101.рф	investments101.ru	Самостоятельное обучение для взрослых	Россия	N/A	Нет	N/A
Ноябрь 2014	WillDev	willdev.in	Смешанное	Россия	Алексей Карлов	Нет	50
Ноябрь 2014	Understand.ru	understand.ru	Дополнительное образование	Россия	Вячеслав Семенчук	Нет	N/A
Октябрь 2014	Гиперметод	hypermethood.ru/news/24	B2B	Россия	Дмитрий Кречман	Нет	300
Октябрь 2014	Знания	znanija.com	Дополнительное образование	Международный	Runa Capital	Нет	9 400
Октябрь 2014	Puzzle english	puzzle-english.com	Дополнительное образование	Россия	SOL Ventures, Genezis Technology Capital	Нет	N/A
Сентябрь 2014	Easy Ten	easyten.ru/en	Дополнительное образование	Россия	Facebook	Да	40
Сентябрь 2014	Datamonkey	datamonkey.pro	Дополнительное образование	Россия	ФРИИ	Нет	35
Сентябрь 2014	Laoshi	mylaoshi.ru	Дополнительное образование	Россия	ФРИИ	Нет	35
Сентябрь 2014	QUIZART	www.quizart.biz	B2B	Россия	ФРИИ	Нет	35
Сентябрь 2014	Викиум	wikium.ru	Смешанное	Россия	ФРИИ	Нет	35

Список сделок за 2014-2016 гг.

Месяц/год	Название стартапа	URL	Сектор	Страна	Инвесторы	Иностранные инвесторы	Объем раунда, тыс. долл. США
Сентябрь 2014	Системы Роста	srosta.biz	B2B	Россия	ФРИИ	Нет	35
Сентябрь 2014	ЯКласс	yaklass.ru	Подготовка к экзаменам	Россия	ФРИИ	Нет	35
Сентябрь 2014	SchoolMint	schoolmint.com	B2B	США	Runa Capital II	Нет	2 200
Сентябрь 2014	Нетология	netology.ru	B2B	Россия	Inventure Partners	Нет	1 100
Август 2014	Unius Learning	uniuslearning.com	B2B	Россия/ Британия	N/A	N/A	1 000
Июнь 2014	Coursmos	coursmos.com	Дополнительное образование	США/Россия	Imperious Group, Евгений Медведников	Нет	530
Июнь 2014	Easy Ten	easyten.ru/en	Дополнительное образование	Россия	ФРИИ	Нет	450
Июнь 2014	KidBook	kidbook.pro	Другое	Россия	Владимир Канин	Нет	287
Май 2014	SpeakingPal	speakingpal.com	Другое	Израиль	Maxfield Capital	Нет	1 000
Май 2014	BrainApps	brainapps.ru	Интеллектуальное развитие	Россия	N/A	N/A	50
Апрель 2014	Type Planet	typeplanet.ru	Оценка навыков или способностей	Россия	Деревцов Сергей	Нет	12
Апрель 2014	Нетология	netology.ru	B2B	Россия	Inventure Partners	Нет	N/A
Апрель 2014	Мерсибо	mersibo.ru/ front1_6_1?url=1	Дополнительное образование	Россия	Moscow Seed Fund	Нет	170

Список сделок за 2014-2016 гг.

Месяц/год	Название стартапа	URL	Сектор	Страна	Инвесторы	Иностранные инвесторы	Объем раунда, тыс. долл. США
Март 2014	Знания Успех	pymath.ru	Подготовка к экзаменам	Россия	Moscow Seed Fund, партнер Фонда - ООО «Ом» и Константин Леонович	Нет	N/A
Февраль 2014	CleverBear	cleverbear.ru	Дополнительное образование	Россия	ФРИИ	Нет	45
Февраль 2014	Easy Ten	easyten.ru/en	Дополнительное образование	Россия	ФРИИ	Нет	45
Февраль 2014	If you can	ifyoucan.com	Интеллектуальное развитие	Международный	Almaz Capital Partners	Нет	3 000
Февраль 2014	Smart Fox		Подготовка к экзаменам	Россия	ФРИИ	Нет	45
Февраль 2014	Знаника (еФТШ)	znanika.ru	Смешанное	N/A	ФРИИ	Нет	45
Февраль 2014	ЯКласс	yaklass.ru	Подготовка к экзаменам	Россия	Almaz Capital Partners, Vesna Investment, Павел Ковшаров	Нет	450
Январь 2014	Coursmos	coursmos.com	Дополнительное образование	США/Россия	N/A	N/A	100
2014	EarlyDays	earlydays.io	Самостоятельное обучение для взрослых	США	N/A	N/A	50
2014	WeStudy	WeStudy.In	Другое	N/A	Игорь Балк	Нет	N/A
Январь 2014	Славица	slavniza.ru	Другое	N/A	Сергей Михалев	Нет	15
2014	Альпина Холдинг	alpinabook.ru	Другое	Россия	Инфраструктурные инвестиции РВК	Нет	N/A
Март 2014	Знания Успех	pymath.ru	Подготовка к экзаменам	Россия	Moscow Seed Fund, партнер Фонда - ООО «Ом» и Константин Леонович	Нет	N/A



Методология исследования

Методика расчета основных показателей

Дошкольное образование

1 Формула.

Аудитория \times Коэффициент охвата дошкольным образованием = Численность воспитанников

Численность воспитанников \times Средний годовой чек = Объем рынка дошкольного образования

Численность воспитанников \times Доля воспитанников, получающих дополнительное дошкольное образование (все формы обучения) \times Средний годовой чек (все формы обучения) = Объем рынка дополнительного дошкольного образования

Численность воспитанников \times Доля воспитанников, получающих дополнительное дошкольное образование (онлайн-форма обучения) \times Средний годовой чек (онлайн-форма обучения) = Объем рынка дополнительного дошкольного онлайн-образования

2 Аудитория.

Аудитория рынка дошкольного образования рассчитывалась исходя из фактических показателей численности населения в возрасте 1–6 лет и официального демографического прогноза до 2021 г. (оба источника – Росстат).

3 Коэффициент охвата дошкольным образованием.

Коэффициент охвата – показатель, характеризующий долю численности воспитанников в общей численности населения в возрасте 1–6 лет. При расчете охвата аудитории инфраструктурой дошкольного образования мы пользовались данными Росстата о динамике охвата с 2009 по 2015 г., прогноз до 2021 г. составлялся с учетом динамики предыдущих лет.

4.1 Численность воспитанников.

Численность детей, посещающих дошкольные учреждения, дробилась в соответствии с фактическим распределением по регионам РФ (Росстат, 2009–2015). Прогнозное значение численности рассчитывалось исходя из формулы, приведенной в п. 1, и прогнозных показателей по аудитории и коэффициенту охвата, описанных в пп. 2 и 3. Полученный из расчетов суммарный показатель численности был разбит по регионам РФ с учетом динамики, зафиксированной в историческом периоде (Росстат, 2009–2015).

Методика расчета основных показателей

Дошкольное образование

4.2 Разделение численности воспитанников на государственный и частный секторы.

Для корректной сегментации рынка дошкольного образования по формам собственности — государственной и частной — мы брали в расчет динамику проникновения частного сектора услуг дошкольного образования из материалов Росстата с 2009 по 2015 г. С учетом исторических темпов роста проникновения частного сектора за последние шесть лет был составлен прогноз до 2021 г.

5.1 Средний годовой чек и объем рынка (государственный сектор).

Суммарный объем рынка дошкольного образования в государственном секторе рассчитывался на основе показателей нормативно-подушевого финансирования (НПФ) на одного воспитанника, действующих в определенных регионах РФ, и суммы родительской платы за одного воспитанника, также скорректированной в соответствии со статистикой по регионам (Росстат, 2015). В дальнейших расчетах значение «среднего годового чека» (НПФ плюс родительская плата) умножалось на соответствующую численность аудитории детских садов в определенных регионах РФ.

5.2 Средний годовой чек и объем рынка (частный сектор).

Аналогичная методика применялась и для расчетов объема рынка в частном секторе дошкольного образования, однако в этом случае для вычисления суммы «среднего годового чека» из официальной статистики были использованы только показатели численности аудитории частных детских садов и государственные подушевые нормативы (оба с детализацией по регионам РФ), тогда как сумма родительской платы вычислялась иначе. Нами была проанализирована информация о стоимости обучения, размещенная на крупнейших сайтах — агрегаторах предложений по частному дошкольному образованию в Москве. В дальнейшем эта сумма была аппроксимирована на регионы РФ с учетом разницы в среднем подушевом доходе между Москвой и регионами РФ (Росстат, 2015). Для расчета объема рынка частного дошкольного образования значение «среднего годового чека» (НПФ плюс родительская плата) умножалось на соответствующую численность аудитории детских садов в определенных регионах РФ.

5.3 Средний годовой чек и объем рынка (дополнительное дошкольное образование).

Для расчетов в подсегменте дополнительного дошкольного образования использованы данные онлайн-опроса родителей детей дошкольного возраста. Опрос проводился по квотированной выборке с учетом возраста опрошенных и типа населенного пункта проживания. Респонденты, прошедшие отбор по квотам, случайным образом набирались из онлайн-панели пользователей социальных сетей, объем выборки — 1 тыс. человек. Время проведения: март-апрель 2017 г. Результаты опроса сопоставлялись с материалами исследований НИУ ВШЭ «Динамика расходов семей на дошкольное образование, присмотр и уход» (выпуск №3, 2016) и «Установки и практики в сфере образования детей и взрослых в 2014/2015 учебном году» (выпуск №2, 2017). По результатам опроса рассчитывалась доля проникновения онлайн в дополнительное дошкольное образование: коэффициент онлайн-охвата аудитории, средние чеки и сведения об интенсивности занятий в онлайн-формате, дополнительные сведения о доле платных и бесплатных занятий.

Методика расчета основных показателей

Общее среднее образование

1 Формула.

Аудитория \times Коэффициент охвата общим средним образованием = Численность учащихся
Численность учащихся \times Средний годовой чек = Объем рынка общего среднего образования

2 Аудитория.

Аудитория рынка общего среднего образования рассчитывалась исходя из фактических показателей численности населения в возрасте 7–17 лет и официального демографического прогноза до 2021 г. (оба источника — Росстат).

3 Коэффициент охвата аудитории.

Коэффициент охвата — показатель, характеризующий долю численности учащихся школ в общей численности населения в возрасте 7–17 лет. При расчете охвата аудиторией инфраструктурой общего среднего образования мы пользовались данными Росстата о динамике охвата с 2009 по 2015 г., прогноз до 2021 г. составлялся с учетом динамики предыдущих лет.

4.1 Разделение численности учащихся на государственный и частный секторы.

На основе фактических данных с 2009 по 2016 г. был выделен темп роста доли учащихся частных школ в общей численности обучающихся по программам общего среднего образования. С учетом исторического тренда были рассчитаны показатели численности учащихся частных школ, степень проникновения частного сектора в систему общего среднего образования на прогнозный период (2017–2021 гг.).

4.2 Численность обучающихся.

Используя официальный демографический прогноз по численности населения в возрасте 7–17 лет (п. 2), рассчитанный прогнозный коэффициент охвата аудитории (п. 3), прогнозные показатели степени проникновения частного сектора в систему общего среднего образования (п. 4.1), мы рассчитали абсолютные показатели численности обучающихся в государственных, муниципальных и частных школах на прогнозный период 2017–2021 гг. Кроме того, имея фактические данные (Росстат, 2009–2016) о том, как распределялась численность учащихся в частном и государственном сегментах общего среднего образования по регионам, оценив исторически сложившуюся динамику изменения в этом распределении, мы распределили абсолютные показатели численности учащихся школ по регионам РФ в прогнозном периоде 2017–2021 гг.

Методика расчета основных показателей

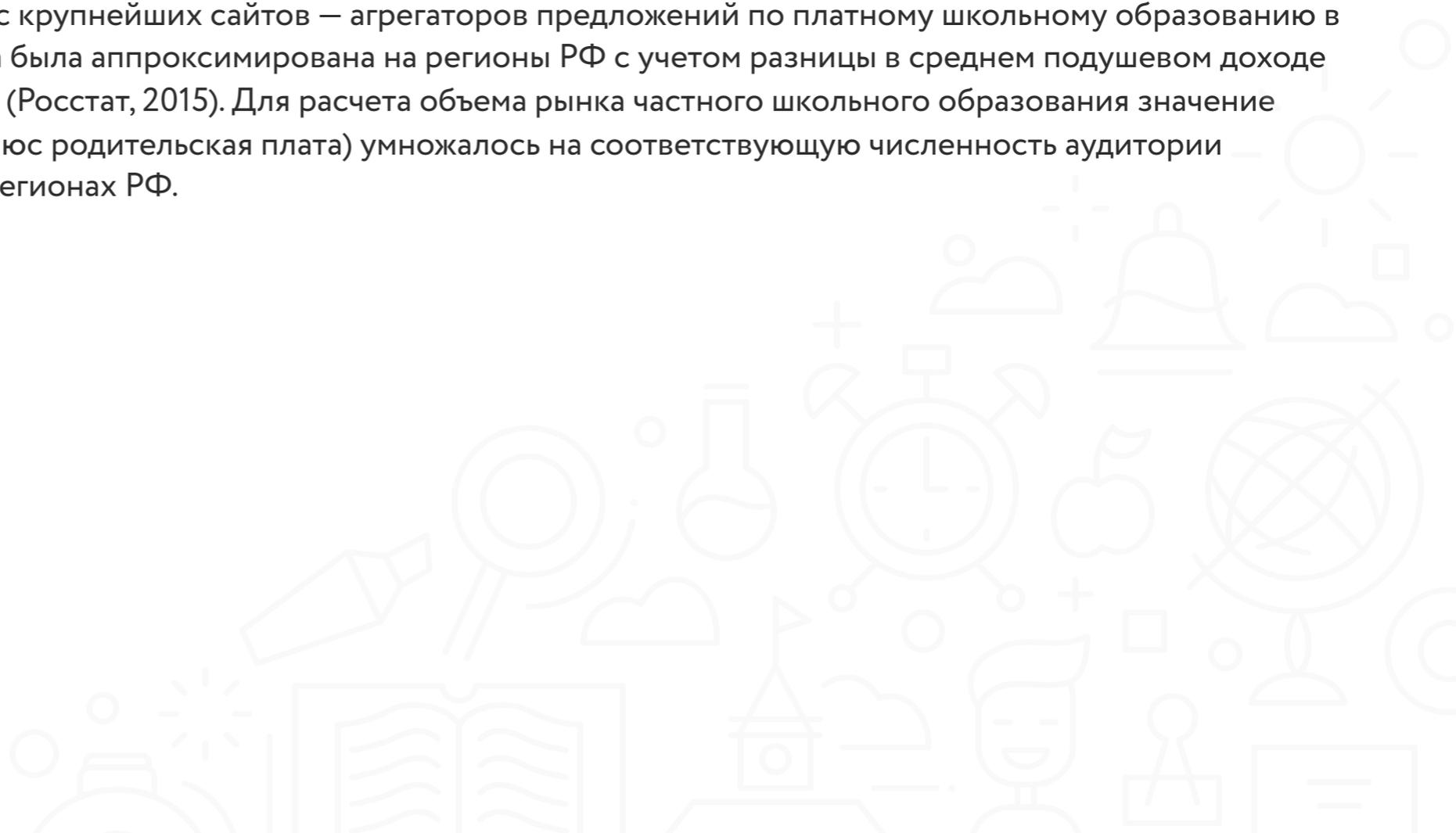
Общее среднее образование

5.1 Средний годовой чек и объем рынка (государственный сектор).

Размер среднего годового чека в государственных и муниципальных учреждениях общего среднего образования тождественен размеру НПФ, законодательно установленных для определенных регионов РФ. Рассчитав прогнозную численность обучающихся, с разбивкой по регионам РФ и с разделением на частный и государственный секторы, в системе общего среднего образования (п. 4.2) и зная величину НПФ, мы установили объем рынка на 2016–2021 гг.

5.2 Средний годовой чек и объем рынка (частный сектор).

При расчете среднего годового чека в системе частного общего образования учитывались величина НПФ (с разбивкой по регионам РФ) и родительская плата. Для расчета среднего размера родительской платы в регионах РФ была проанализирована информация с крупнейших сайтов — агрегаторов предложений по платному школьному образованию в Москве. В дальнейшем эта сумма была аппроксимирована на регионы РФ с учетом разницы в среднем подушевом доходе между Москвой и регионами РФ (Росстат, 2015). Для расчета объема рынка частного школьного образования значение среднего годового чека (НПФ плюс родительская плата) умножалось на соответствующую численность аудитории детских садов в определенных регионах РФ.



Методика расчета основных показателей

Дополнительное школьное образование

1 Формула.

Численность учащихся в общем среднем образовании \times Доля получающих дополнительное среднее образование =
Численность получающих дополнительное образование

Численность получающих дополнительное образование \times Интенсивность занятий (все формы обучения) \times

Средний месячный чек (все формы обучения) = Объем рынка дополнительного среднего образования

Численность получающих дополнительное среднее образование \times Интенсивность занятий (онлайн форма обучения) \times Средний месячный чек (онлайн форма обучения) = Объем рынка дополнительного среднего онлайн-образования

2 Численность учащихся в общем среднем образовании.

Методика расчета фактической и прогнозной численности учащихся по программам общего среднего образования описана в разделе 4.2 («Методика расчета основных показателей. Общее среднее образование»).

3 Доля получающих дополнительное среднее образование.

Фактические сведения о доле детей, получающих дополнительное образование по школьным предметам, получены в ходе проводившегося опроса (методика проведения опроса описана в п. 5).

4.1 Средний годовой чек и объем рынка.

Объем рынка рассчитан на основе данных о численности целевой аудитории (п. 2), доли проникновения сектора дополнительного образования для учащихся школ, а также тех сведений по среднему чеку и интенсивности занятий, которые были получены в ходе опроса. Из расчета рынка исключались любые формы бесплатных дополнительных занятий, а также занятия в творческих и спортивных кружках, секциях, поскольку те не относятся к школьной программе.

| Методика расчета основных показателей

Дополнительное школьное образование

4.2 **Онлайн-проникновение в дополнительное среднее образование.**

Коэффициент онлайн-охвата аудитории в сегменте дополнительного среднего образования, интенсивность занятий, сумма среднего чека за онлайн-занятия рассчитывались на основе проведенного в ходе исследования телефонного опроса. Сведения о соотношении онлайн- и офлайн-механик в дополнительном образовании также получены из результатов опроса.

5 **Методика проведения опроса.**

Всероссийский телефонный опрос родителей учащихся 5–11 классов. Объем выборки — 1200 человек. Выборка репрезентирует домохозяйства РФ, в которых проживает как минимум один ребенок соответствующего возраста. Опрос проводился в 85 субъектах РФ в населенных пунктах с приемлемым уровнем телефонизации (95% взрослого населения РФ имеют мобильный или стационарный телефон). Выборка генерировалась методом отбора случайных телефонных номеров. Время проведения — март 2017 г.

| Методика расчета основных показателей

Высшее и среднее профессиональное образование

1 **Формула.**

Аудитория \times Коэффициент охвата = Численность учащихся

Численность учащихся \times Доля учащихся ВПО, СПО \times Доля учащихся в государственных и частных образовательных организациях ВПО, СПО \times Доля бюджетных и платных мест \times Средний годовой чек на бюджетное, платное место ВПО, СПО = Объем рынка ВПО, СПО

Численность учащихся \times Доля дистанционных программ обучения ВПО, СПО \times Средний годовой чек по дистанционным программам ВПО, СПО = Объем рынка онлайн ВПО, СПО.

2 **Аудитория.**

Аудитория рынка высшего и среднего профессионального образования рассчитывалась исходя из фактических показателей численности населения в возрасте 17–23 лет и официального демографического прогноза по этой возрастной когорте до 2021 г. (оба источника — Росстат).

3 **Коэффициент охвата аудитории.**

Коэффициент охвата — показатель, характеризующий долю численности учащихся высшего и среднего профессионального образования в общей численности населения в возрасте 17–23 лет. При расчете охвата аудитории инфраструктурой высшего и среднего профессионального образования мы пользовались данными Росстата о динамике охвата с 2009 по 2015 г., прогноз до 2021 г. составлялся с учетом динамики предыдущих лет.

| Методика расчета основных показателей

Высшее и среднее профессиональное образование

4.1 Численность учащихся в высшем и среднем профессиональном образовании.

Текущая и историческая численность учащихся была получена из официальной статистической информации о численности обучающихся в СПО и ВПО с разбивкой на частный и государственный сегменты (как в федеральном масштабе, так и с разбивкой по регионам РФ). Также была произведена разбивка численности студентов в частном и государственном сегментах ВПО и СПО по ступеням (бакалавриат, специалитет и магистратура – для ВПО) и уровням обучения (специалисты среднего звена, квалифицированные рабочие и служащие – для СПО).

4.2 Доли учащихся в системах ВПО и СПО.

Доли обучающихся в системах ВПО и СПО известны за исторический период (2009–2016, Росстат). Прогноз динамики изменения соотношений названных долей до 2021 г. был сделан с учетом исторического тренда (за период 2009–2016 гг.) на увеличение доли учащихся в системе СПО от общего количества учащихся в системах ВПО и СПО.

4.3 Доли учащихся в государственных и частных образовательных организациях ВПО и СПО.

Системы ВПО и СПО представлены государственными и частными образовательными организациями. Доли учащихся и их количество в каждом из двух типов организаций известны за исторический период (Росстат, 2009–2016). Проанализировав динамику проникновения частного сектора в системы ВПО и СПО за указанный исторический период 2009–2016 гг., мы спрогнозировали доли учащихся в частных и государственных, муниципальных образовательных учреждениях систем ВПО и СПО.

4.4 Доли бюджетных и платных мест в государственных и частных образовательных организациях ВПО и СПО.

Для прогнозирования доли бюджетных и платных мест в образовательных организациях ВПО и СПО (государственных и частных) была проанализирована историческая статистическая информация о количестве бюджетных и платных мест, соотношении их долей в системах ВПО и СПО за период с 2011 по 2016 г.

| Методика расчета основных показателей

Высшее и среднее профессиональное образование

5.1 Средний годовой чек и объем рынка бюджетных мест в системах ВПО и СПО.

С использованием фактических и прогнозных показателей:

- численности населения в возрасте 17–23 лет (п. 2);
- охвата аудитории системами ВПО и СПО (п. 3);
- общей численности учащихся по программам ВПО и СПО с разбивкой по регионам РФ и ступеням, уровням подготовки (п. 4.1);
- долей учащихся в ВПО и СПО (п. 4.2);
- долей учащихся в частных и государственных, муниципальных образовательных учреждениях (п. 4.2);
- долей бюджетных и платных мест в системах ВПО и СПО (п. 4.3);
- величин НПФ в качестве среднего годового чека, установленных для определенных регионов РФ и зависящих от ступеней и уровней подготовки, —

был рассчитан объем рынка бюджетных мест в системах ВПО и СПО для государственных, муниципальных и частных организаций.

I Методика расчета основных показателей

Высшее и среднее профессиональное образование

5.2 Средний годовой чек и объем рынка платных мест в системах ВПО и СПО.

Средний годовой чек для платных мест в частных и государственных, муниципальных образовательных организациях ВПО и СПО был рассчитан исходя из анализа данных основных площадок – агрегаторов предложений по платному ВПО и СПО в Москве. В дальнейшем эта сумма была аппроксимирована на регионы РФ с учетом разницы в среднем подушевом доходе между Москвой и регионами РФ (Росстат, 2015). Используя фактические и прогнозные показатели, представленные в п. 5.1 (за исключением среднего годового чека) и применяя средний годовой чек, методика расчета которого описана выше, мы рассчитали объем рынка платных мест в системах ВПО и СПО для государственных, муниципальных и частных организаций.

5.3 Онлайн-проникновение в ВПО и СПО.

Данные о степени проникновения онлайн-обучения в системы СПО и ВПО были получены за счет анализа соотношения долей дистанционных и очных программ в этом сегменте рынка образования. Такой анализ стал возможен благодаря информации, полученной с крупнейших площадок – агрегаторов образовательных программ в высшем и среднем профессиональном образовании. Данные о среднем чеке за программы дистанционного обучения были получены тем же способом. Перемножив величину среднего чека и численность студентов в СПО и ВПО, мы получили расчетные показатели объема рынка онлайн-обучения. Темпы прироста доли EdTech в этом сегменте рынка принимались за 20% в год: согласно данным TAP Advisors, J'son & Partners Consulting, Ambient Insight и Edutainme, общие темпы прироста EdTech в России составят 17–25% в год (в своих расчетах мы использовали среднее значение для этого интервала – 20%).

Методика расчета основных показателей

Дополнительное профессиональное образование и языковое обучение

Расчет основных показателей для рынков дополнительного профессионального образования (ДПО) и языкового обучения производился по общей методике, так как аудитория в обоих случаях пересекается по социально-демографическим характеристикам. Прогноз динамики проникновения онлайн также брался один; для уточнения средних чеков на рынке языкового обучения был проведен онлайн-опрос. Ниже подробно описана методика расчета для рынка ДПО, та же последовательность шагов актуальна для рынка языков.

1 Формула.

Аудитория \times Коэффициент охвата дополнительным профессиональным образованием = Численность обучающихся

Численность обучающихся \times Средний годовой чек = Объем рынка ДПО

2 Аудитория.

Совокупная аудитория рынка ДПО включает взрослое население РФ в возрасте 25–64 лет. Сведения о численности когорты и демографический прогноз получены из данных Росстата за период с 2009 по 2016 г. В расчетах целевой аудитории, то есть взрослого населения, получавшего в 2015 г. дополнительное профессиональное образование, использовались данные опроса, проведенного исследователями НИУ ВШЭ в рамках проекта «Мониторинг экономики образования» (выпуск №21, 2016). Прогноз численности до 2021 г. включительно и доля целевой аудитории от всего населения в возрасте 25–64 лет составлялись с учетом официального прогноза демографии Росстата и данных НИУ ВШЭ о динамике роста аудитории ДПО с 2013 по 2015 г. Для уточнения портрета целевой аудитории российского рынка ДПО были использованы материалы из исследования РАНХиГС в рамках проекта «Евробарометр» (Аврамова, Каравай, Клячко, Логинов, «Мониторинг дополнительного профессионального образования в России», 2016).

Методика расчета основных показателей

Дополнительное профессиональное образование и языковое обучение

3 Коэффициент охвата ДПО.

Общий объем рынка ДПО складывался из численности когорты (с учетом демографического прогноза), доли взрослых, получающих ДПО, и среднего чека для индивидуальных или корпоративных клиентов, аппроксимированного на регионы РФ.

4 Распределение учащихся.

Сегментация рынка ДПО по провайдерам услуг и источникам финансирования занятий (сотрудник или работодатель) производилась на базе расчетов НИУ ВШЭ «Мониторинг экономики образования» (выпуск №5, 2016), основанных на материалах опроса сотрудников и компаний-работодателей. В итоговых расчетах рынка не учитывались занятия по технике безопасности, курсы целевого назначения и языковые курсы, а также самостоятельные бесплатные занятия с применением онлайн-тренажеров или по офлайновым методическим пособиям.

5 Средний годовой чек и объем рынка.

Сумма среднего чека за услуги ДПО получена в результате анализа агрегированных данных по провайдерам ДПО в Москве. Корректировка расчетных значений на регионы РФ производилась с учетом величины среднего подушевого дохода в каждом из регионов. В конечном счете за средний чек принималось средневзвешенное значение по формам, продолжительности обучения; регионам РФ; источникам финансирования (сумма среднего чека для корпоративных клиентов заимствована из исследования группы компаний «Малакут» (2014)).

6 Онлайн-проникновение в ДПО и языковое обучение.

Сведения о доле онлайн-услуг на рынке ДПО получены из упомянутого исследования НИУ ВШЭ, где за долю онлайн мы брали статистику по получателям дистанционного образования ДПО в динамике с 2012 по 2015 г. Средний чек за онлайн-услуги получен в результате агрегирования релевантных данных от провайдеров онлайн-услуг в ДПО.

По всем вопросам, связанным с исследованием, и по поводу сотрудничества обращайтесь к координаторам рабочей группы на email:

editor@edumarket.digital