ТЕХНОЛОГИИ РОСТА

Исследование рынка коммерческих школ и курсов иностранных языков в Москве

Демо-версия Отчета

Г. Москва

Март 2011 г.

Оглавление

1	**Введение**	4
1.1.	Тип исследования, источники получения и способы обработки информации	5
1.2.	Период исследования	5
1.3.	География исследования	5
1.4.	Объекты исследования, выборка и принятые допущения	6
1.5.	Состав отчета	6
2	**Текущее состояние рынка иностранных языков в Москве**	7
2.1.	Форматы языковых школ	7
2.2.	Используемые методики обучения иностранным языкам	9
2.3.	Популярность языков и их представленность в языковых школах	15
2.4.	Форматы занятий	18
2.5.	Дополнительные услуги языковых школ	20
2.6.	Территориальная концентрация московских языковых школ	22
2.7.	Школы и их филиалы	25
2.8.	Реклама и продвижение услуг на современном рынке	26
3	**Ценовая политика языковых школ**	28
3.1.	Сравнение ценового уровня школ и курсов в Москве по форматам заведений	28
3.2.	Тарифы школ и курсов по форматам занятий и программам	31
3.3.	Среднерыночные цены и тарифы по видам программ и формату уроков	35
3.4.	Динамика цен за 2 года	37
4	**Типы целевой аудитории школ иностранных языков**	40
4.1.	Дети (с 4 до 12 лет)	40
4.2.	Школьники-подростки (с 12 до 18 лет)	41
4.3.	Молодые специалисты и студенты-старшекурсники	42
4.4.	Специалисты	44
4.5.	Корпоративные клиенты	45
4.6.	Руководители и предприниматели	46
4.7.	VIP - Индивидуалы	46
5	**Емкость и потенциал рынка**	48
5.1.	Емкость потребительского рынка услуг языковых школ в Московском регионе	48
5.2.	Емкость московского рынка по целевым аудиториям слушателей	53
6	**Преподаватели школ и курсов иностранных языков**	56
6.1.	Квалификация и профессиональная оценка	56
6.2.	Подготовка и переподготовка преподавателей	58
6.3.	Native speaker или русскоязычный	59
6.4.	Заработная плата	60
6.5.	Штат и совместительство	62

6.6.	Поиск преподавателей	63
7	**Полевые исследования**	64
7.1.	Полевой опрос целевой аудитории языковых школ	64
7.2.	Экспертный опрос представителей языковых школ	71
7.3.	Выводы по результатам полевых исследований	74
8	**Бизнес-профили языковых школ и курсов в Москве**	77
8.1.	Международные сетевые проекты школ и курсов иностранных языков	77
8.2.	Российские сетевые школы и курсы иностранных языков	91
8.3.	Московские сетевые школы и курсы иностранных языков	108
8.4.	Городские школы иностранных языков	131
8.5.	On-line школы иностранных языков	169
9	**Информация о компании-исследователе рынка иностранных языков в Москве**	177

Настоящий отчет был подготовлен компанией «**Технологии Роста**» исключительно в целях информации. Содержащаяся в этом отчете информация была получена из источников, которые являются надежными, по мнению «Технологии Роста», однако при этом не гарантируется абсолютная точность и полнота информации для любых целей. Все мнения и оценки отражают мнение авторов на день публикации. Содержащаяся в данном отчете информация не может быть истолкована как рекомендации к инвестициям. «**Технологии Роста**» не несет ответственность за убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информацией, которая содержится в данном отчете.

Этот отчет, а также любая его часть является собственностью «**Технологии Роста**», и не может распространяться или тиражироваться любыми способами без письменного разрешения владельца. **Copyright©Технологии Роста**.

1. Введение

Целью проведения данного маркетингового исследования является получение фактической информации, касающейся состояния рынка коммерческого изучения иностранных языков в Москве, сравнения ассортимента и стоимости предложений, прогнозирования спроса и емкости рынка в столице и Московском регионе, а также определения основных сложностей и перспектив развития рынка для его освоения новыми игроками.

В ходе проведения исследования были решены задачи:

- Рассчитана потенциальная емкость московского рынка коммерческого изучения иностранных языков;
- Спрогнозирована динамика роста рынка в стоимостном выражении и объеме потенциальных слушателей;
- Проведена сегментация целевой аудитории школ и курсов иностранных языков по типам слушателей, выделены их предпочтения, мотиваторы изучения иностранных языков и критерии выбора учебных заведений;
- Рассчитан потенциал каждого сегмента целевой аудитории;
- Выявлены и описаны наиболее популярные и новые методики обучения иностранным языкам;
- Определена структура рынка коммерческого изучения языков с точки зрения форматов успешно действующих школ, представленности языковых курсов по типам программ, ассортименту услуг, количеству предлагаемых к изучению языков и концентрации школ и их филиалов по районам Москвы;
- Определен характерный и специфический ассортимент курсов и программ коммерческих школ иностранных языков;
- Проведен расчет среднерыночных цен предложения услуг по организации изучения иностранных языков по видам программ и курсов в разных регионах РФ;
- Проведено сравнение динамики изменения ценового уровня предложения за 2 года, с сентября 2008 г по январь 2011 г.;
- Выявлены наиболее эффективные каналы продвижения услуг школ и курсов;
- Выявлены наиболее крупные и известные международные сетевые школы, открывшие свои представительства в Москве,
- Определены наиболее успешные межрегиональные и московские сети школ и курсов иностранных языков,
- Выявлены наиболее известные и зарекомендовавшие себя заведения иностранных языков в Москве и Подмосковье;
- Составлены бизнес-профили 60 столичных школ и курсов иностранных языков;
- Описаны кадровые вопросы языковых школ, требования школ к преподавателям и условия сотрудничества;
- Определены тенденции и направления развития рынка коммерческого изучения иностранных языков в Москве и России.

1.1. Тип исследования, источники получения и способы обработки информации

Предлагаемое инициативное исследование «Технологии Роста» представляет собой классическое кабинетное исследование с элементами выборочного анкетирования целевой аудитории слушателей и экспертов, и полевого сбора информации путем телефонных опросов.

Для сбора рыночной информации применялись кабинетные и полевые исследования:

- классический контент-анализ открытых источников;
- выборочное анкетирование школ и курсов;
- метод «тайный покупатель»;
- опрос слушателей курсов и школ иностранных языков в Москве.

Источниками информации являются:

- корпоративные сайты школ и курсов иностранных языков в России;
- интернет-представительства объединений, союзов, ассоциаций и прочих некоммерческих организаций отрасли коммерческого образования;
- рекламные материалы школ и курсов (буклеты, флаеры, почтовая рассылка, пр.);
- результаты выборочного анкетирования, опросов и обзвонов;
- печатные и электронные СМИ;
- открытые результаты исследований российских агентств,
- Федеральная служба госстатистики;
- Минобразования РФ.

1.2. Период исследования

Сбор рыночной информации проходил с ноября 2010 по февраль 2011 г. В рамках исследования для оценки динамики и сравнительного роста цен используются также данные предыдущего инициативного исследования «Технологии Роста», проведенного осенью 2008 года.[1]

Обработка и анализ информации: февраль 2011 г.

1.3. География исследования

Регионом для сбора и анализа маркетинговой информации стала Москва и Московская область.

[1] Отчет «Рынок коммерческого изучения иностранных языков в России-2008 г», автор «Технологии Роста», дата выхода – октябрь 2008 г.

1.4. Объекты исследования, выборка и принятые допущения

Объектами данного исследования стали школы и курсы по изучению иностранных языков/языка на платной основе, используемые методики, подбор преподавателей, предлагаемые курсами программы, ценовая политика и политика продвижения. В Анкетировании руководителей ведущих языковых школ Москвы приняли участие *12 респондентов*. Обзвон школ и курсов по методу «тайный покупатель» прошел по *40 школам и курсам* в Москве.

В объекты исследования входили также целевые аудитории слушателей языковых школ, описание их характерных черт, предпочтений и емкости каждого сегмента. На основе сегментирования целевой аудитории языковых школ и курсов была рассчитана емкость рынка московского региона и его потенциал. В анкетировании слушателей языковых школ приняли участие *51 респондент*.

В исследовании была рассмотрена и проанализирована информация в общей сложности *по 60 учебным заведениям*, осуществлявшим наборы и обучение слушателей в 2010-2011 году в Москве и Московской области.

Основными допущениями, принятыми при структурировании, обработке, анализе рыночной информации и проведении расчетов, стали:

- при определении цен на услуги школ и курсов иностранных языков за основной источник информации были приняты официальные предложения заведений, опубликованные на их корпоративных сайтах, а также в рекламных материалах. В случае отсутствия таких данных в открытом доступе, аналитики «Технологии Роста» использовали метод «тайный покупатель» в виде телефонного звонка потенциального слушателя;
- для сравнительного анализа общих курсов использовались наиболее распространенные количественные данные по ценам для занятий, проводимых на территории школ в вечернее время по будним дням с русскоязычным преподавателем. В случае отсутствия таких предложений, для анализа брались их наиболее близкие аналоги. Расчет стоимости детских и подростковых занятий строился по утренним и дневным предложениям;
- если в прайсах школ присутствовало несколько близких предложений с разной ценой (например, Общий курс изучения английского с разбивкой по уровням владения языком слушателя), то для анализа использовалась средняя цена аналогов;
- под «сетью школ» понимаются школы или курсы иняз, имеющие более чем одно представительство (офис). Городской локальной школой называется школа или курсы иняз, проводящие обучение слушателей на коммерческой основе на одной территории в своем городе;
- среднерыночные цены и тарифы рассчитывались по данным на декабрь 2010 – январь 2011 г.г., если не указано иначе.

1.5. Состав Отчета

Отчет содержит 177 страниц формата А4 (Ariel 11), в том числе 1 схему, 78 диаграмм и 56 таблиц.

2. Текущее состояние рынка иностранных языков в Москве

Интерес к массовому изучению иностранных языков в России в целом и в Москве в частности, особенно ярко проявился в течение последних 15 - 20ти лет. Открытие государственных границ на фоне постепенного повышения уровня благосостояния жителей России, привело к очевидной необходимости оперирования несколькими языками для гармоничной интеграции россиян в международное сообщество.

Знаний иностранного языка, полученных в школе и даже в непрофильном ВУЗе, современным россиянам явно не хватает. Повсеместное снижение качества процесса обучения в общеобразовательных учреждениях не может не отразиться на осознанном стремлении граждан овладеть языком другими способами. Самостоятельное изучение языков выбирает совсем небольшая часть населения, жестко ограниченная в средствах и/или проживающая в удаленных от основной цивилизации районах.

Растущий потребительский спрос платежеспособной части населения на услуги коммерческих школ и курсов иностранных языков является локомотивом развития рынка языковых школ.

Москва по праву считается лингвистическим учебным центром России. Здесь сосредоточены основные офисы крупнейших международных школ, представленных в РФ. Концентрация коммерческих заведений в столице, как по плотности расположения школ, так и в расчете на душу населения, значительно опережает любой другой российский город. Столичные школы предлагают максимальное количество языковых программ, адаптированных под любые цели слушателей, их возраст и социальный статус. Именно здесь представлены самые редкие языки, найти которые в региональных центрах весьма проблематично. Количество работающих преподавателей-носителей языков в Москве многократно превышает количество их коллег в региональных школах.

Стоимость программ и курсов в Москве выше общероссийских в среднем в 2-3 раза. Однако этот факт, как показывают результаты исследования «Технологии Роста», не останавливают потенциальных слушателей от изучения языков в коммерческих школах и курсах. Современная молодежь считает важным и нужным знание как минимум одного, а лучше 2-3х иностранных языков, для успешности своей карьеры и жизни в целом.

Несмотря на значительное количество учебных заведений, специализирующихся на языковых программах, потребительский спрос на иностранные языки толкает игроков рынка на активное развитие и расширение спектра своих услуг, охват новых целевых потребительских сегментов, работу в родственных и смежных видах бизнеса. В столице до сих пор есть место для выхода новых языковых проектов самого разных форматов и концепций.

2.1. Форматы языковых школ

Традиционные языковые школы представляют собой классическое учебное заведение, предлагающее перечень программ и курсов, ориентированных на разный уровень владения языком.

……
……
……

2.2. Используемые методики обучения иностранным языкам

Методики преподавания иностранных языков на коммерческой основе видоизменяются и создаются на современном рынке вслед за изменениями потребительских предпочтений и образа жизни целевой аудитории языковых школ.

Классическая методика

До 90х годов иностранный язык обычным гражданам требовался в большей степени для технического перевода и чтения зарубежных изданий. Курс Натальи Бонк полностью отвечал всем условиям: в нем в лаконичной форме и последовательном порядке давались все грамматические правила и логика построения английских фраз. Лексического запаса вполне хватало для чтения и понимания газетных статей общего характера, для технического перевода необходимо было «добрать» соответствующей лексики.

В основе классического подхода лежит ……

……..

……

С началом перестройки и открытия «железного занавеса» интерес к иностранным языкам простых обывателей резко возрос. Теперь граждане хотели уметь не только читать, но и понимать устную речь, и даже разговаривать на бытовые темы, находясь в зарубежной туристической поездке.

Коммуникативные методики, появившиеся у нас в России (гораздо позже, чем во всем мире) на смену долгому и, подчас, «нудному» изучению правил и зубрежке слов по классической методике, нацелены на снятие языкового барьера и стимулированию студента к процессу самостоятельного «говорения» даже при минимуме словарного запаса.

Главным лозунгом коммуникативного подхода к изучению языков, стал «*Хватит учить язык! Начните говорить*!» И именно этот призыв наиболее симпатичен сотням тысяч потенциальных студентов языковых школ.

Первую строчку в рейтинге популярности методик активно удерживает коммуникативный подход. Эта методика отлично "работает" в Европе и США.

Современный коммуникативный метод представляет сочетание многих способов обучения иностранным языкам.

Разновидностей коммуникативных методик много, но у всех есть одно общее ……

……..

……

2.3. Популярность языков и их представленность в языковых школах

Английский язык является самым популярным и востребованным среди потенциальных и реальных слушателей школ иностранных языков.

……

……. 58% студентов собираются приступить к его изучению. Остальные 42% принявших в опросе, очевидно, уже знают английский или изучают его в настоящее время.

Диаграмма 1

Расчеты «Технологии Роста», февраль 2011 г.

Особенности потребительского спроса формируют ассортиментное предложение коммерческих школ. Английский язык является безусловным фаворитом изучения во всех типах языковых школ и курсов Москвы.

…….
…….

2.4. Школы и их филиалы

…….
…….

Максимальное количество одновременно работающих в столице филиалов и представительств языковых школ зафиксировано аналитиками «Технологии Роста» у школы XXXX (состояние на февраль 2011 г.). Этот образовательный центр активно наращивает свое присутствие в московском регионе в течение последних 3х лет.

…….

Школа ESL – English as a Second Language, располагает в столице xxx филиалами, а основной рост сети осуществляет в регионах России.

Диаграмма 2

Источник: открытые данные компаний, результаты анкетирования экспертов в декабре 2010 г.

…….

……

3. Ценовая политика языковых школ

В 2010 году школы продемонстрировали достаточно близкую между собой ценовую политику. Очевидно, что назначая свои почасовые тарифы на обучение, руководство языковых школ внимательно следит за конкурентами, как минимум, ближайшими.

Большинство школ стремится работать в среднем ценовом диапазоне.

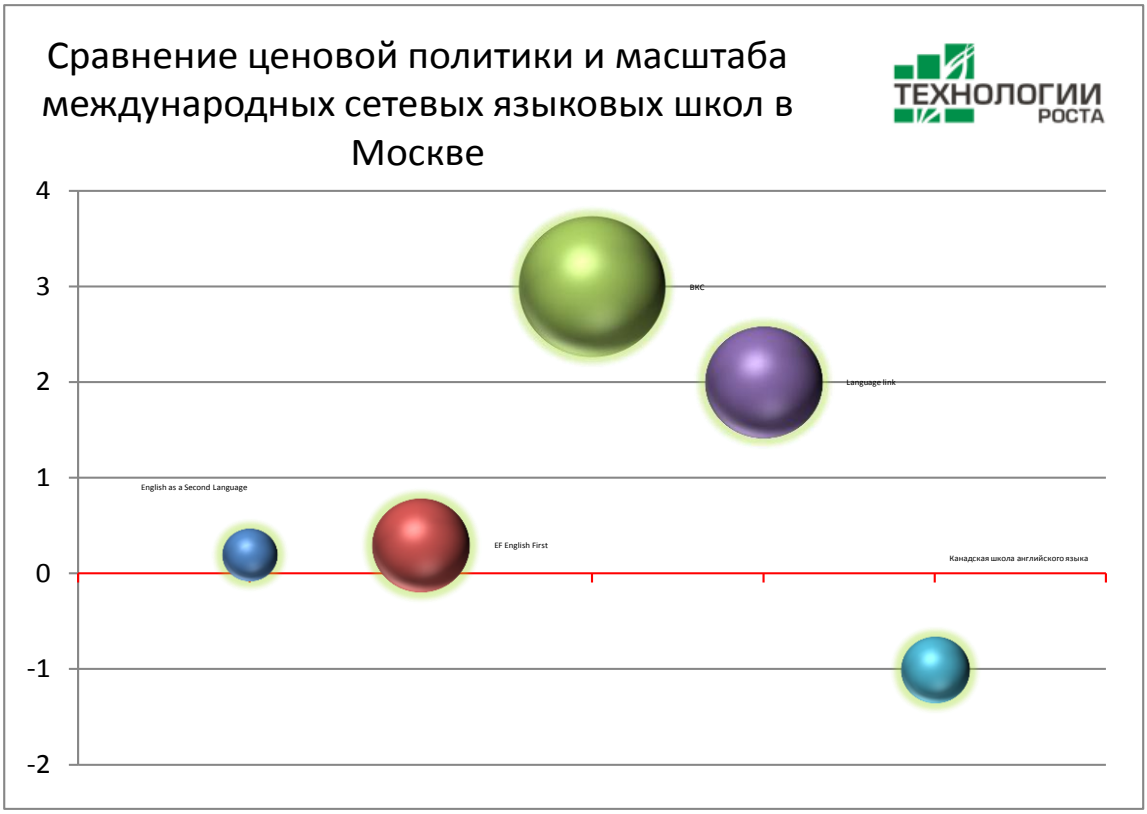
……..

3.1. Сравнение ценового уровня школ и курсов в Москве по форматам заведений

Сравнение ценовой политики школ иностранных языков проходило по тарифам на основные виды программ и форматов занятий, с учетом занятий как с носителями языка, так и с русскоязычными преподавателями.

На представленных диаграммах размер шаров, относящихся к каждой школе, соответствует количеству филиалов этой школы в Москве (масштабу школы), а расположение шаров относительно вертикальной оси, - уровню ценовой политики школы.

Диаграмма 3.



Источник: расчеты «Технологии Роста», февраль 2011 г

Школы, входящие в международные сети языковых образовательных учреждений, традиционно придерживаются высокой или средней ценовой политики. Как видно из приведенной выше диаграммы, все международные сети предлагают обучение по расценкам выше и намного выше среднерыночных в Москве.

Максимальные усредненные тарифы на уроки иностранного языка в течение 2010 года и в начале 2011 года были зафиксированы в школе XXX.

Только Канадская школа английского языка работает в демократичном сегменте.

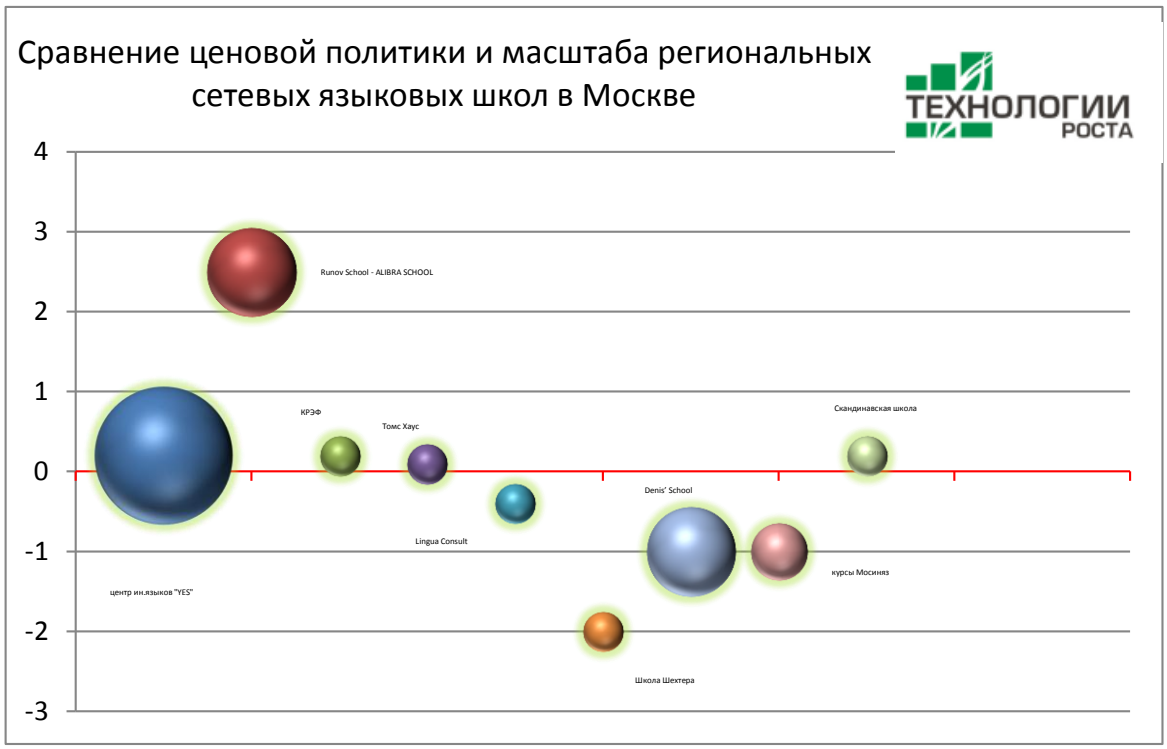
…….

Среди региональных сетевых школ самые экономичные тарифы на занятия предлагает сеть XXXX.

Активно развивающаяся сеть «Yes» работает в среднем ценовом сегменте. Сеть Alibra School (бывшая Runov School), ведущая преподавание по методике Дениса Рунова, выбрала для себя высокий ценовой сегмент, в то время как работающая по аналогичной методике Denis School, ……

……..

Диаграмма 4



Источник: расчеты «Технологии Роста», февраль 2011 г

…….

Подавляющее большинство городских сетевых, предпочитают устанавливать ……..

В зависимости от выбранного формата и концепции, городские школы работают и как клубные учреждения с высокими ценами, и как весьма демократичные, нацеленные на массовый поток клиентов с низкой эластичностью спроса.

……

…….

3.2. Тарифы школ и курсов по форматам занятий и программам

Основной курс (General) в стандартных группах с русскоязычным преподавателем является самым распространенным и востребованным видом уроков во всех языковых школах. Разбор тарифов на этот вид занятий составляет более xxx%. Самое экономичное предложение в декабре 2010 г. было у школы XXXX, самое дорогое – в школе XXXXX.

Диаграмма 5. Разброс тарифов школ и курсов на курс General в стандартных группах с русскоязычным преподавателем

……..

Источник: расчеты «Технологии Роста», декабрь 2010 г

Занятия с носителями языка в большинстве школ оцениваются дороже аналогичных с русскоязычным преподавателем. В этом сегменте разброс тарифов по московским школам составляет около хххх%.

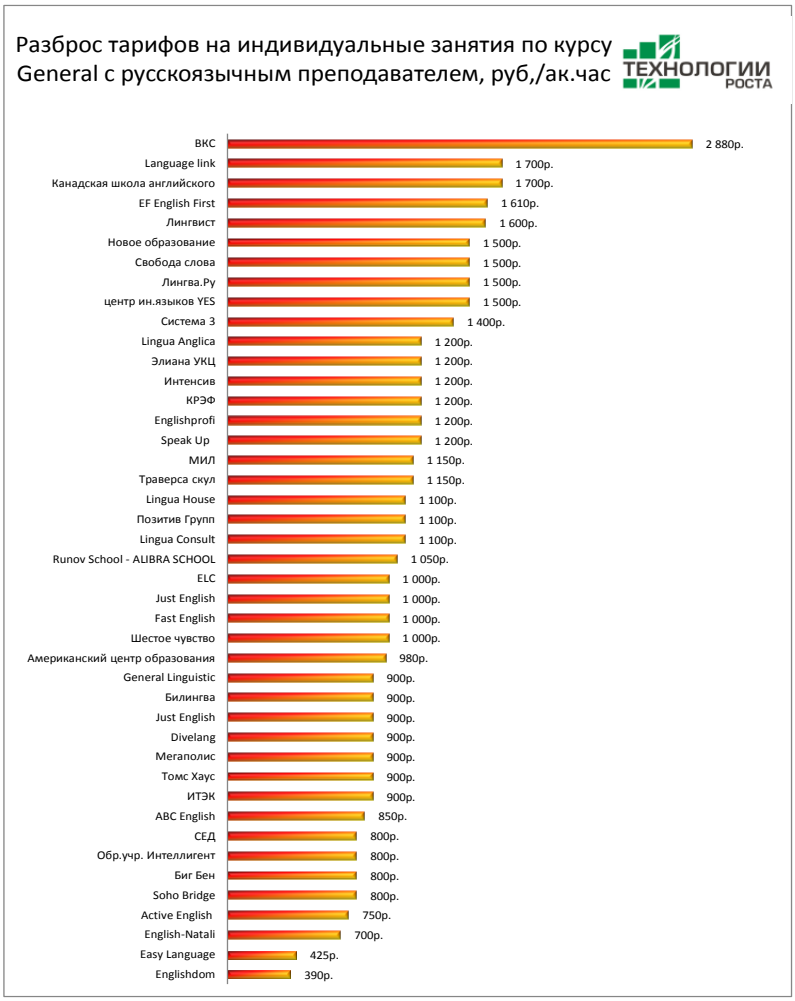
Диаграмма 6. Разброс тарифов школ и курсов на курс General в стандартных группах с носителем языка

…….

Источник: расчеты «Технологии Роста», декабрь 2010 г

Стоимость индивидуальных уроков по курсу General с русскоязычным преподавателем начинается от ххх рублей за 1 академический час в школах Big Ben, Soho Bridge, «Интеллигент», «СЕД», и достигает максимума на столичных курсах ВКС – ххх рублей за час. Высокие ставки за час с русскоязычным преподавателем также в школах …….

Диаграмма 7



Источник: данные полевого и кабинетного исследований, расчеты «Технологии Роста»

Интересно, что Канадская школа английского языка, предлагающая весьма экономичные расценки на Общий курс в стандартных группах, индивидуальное обучение организует ……

Большинство школ готовы обучать слушателей индивидуально в пределах …… рублей за академический час.

Самые экономичные расценки на индивидуальное обучение, как и следовало ожидать, предлагают on-line школы. Так, русскоязычные преподаватели English-Natali дают уроки по skype по ххх рублей в час, преподаватели Englishdom согласны на ххх рублей за час удаленных индивидуальных занятий.

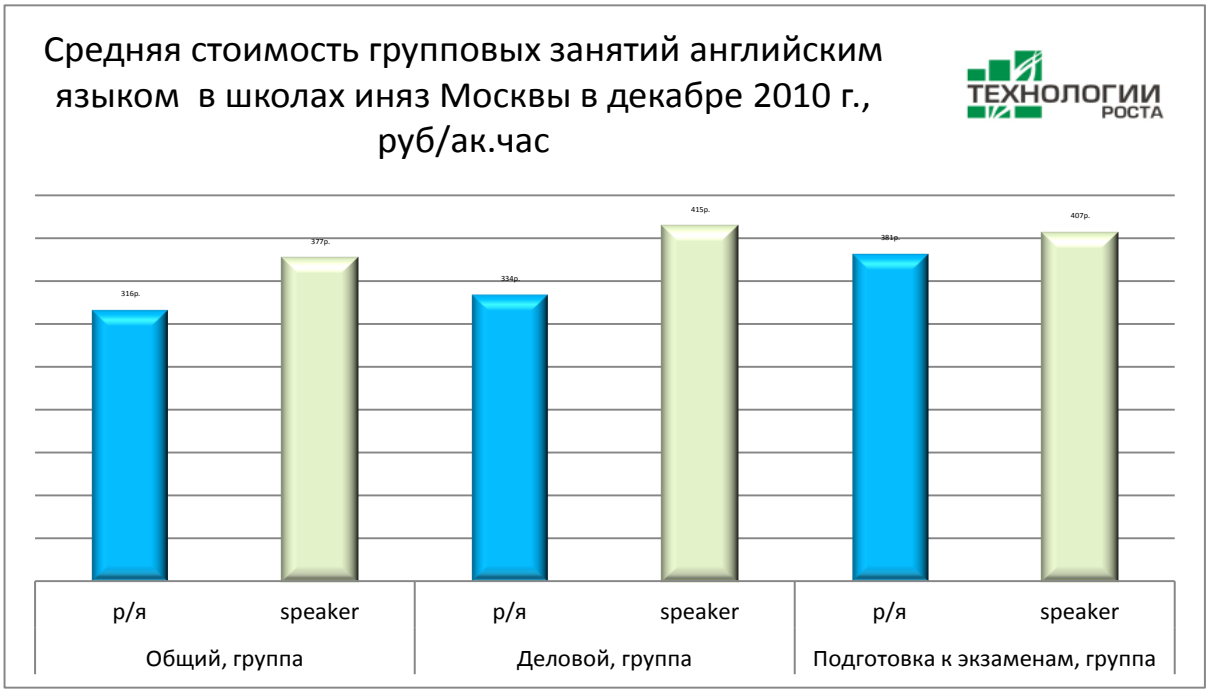
Минимальные расценки на индивидуальные уроки с носителями языка в off-line школах начинаются от …….

……..

3.3. Среднерыночные цены и тарифы по видам программ и формату уроков

В приведенных ниже диаграммах представлены рассчитанные средние почасовые расценки на программы-аналоги для изучения английского языка в столичных школах.

Диаграмма 8



Источник: расчеты «Технологии Роста»

Самым распространенным и востребованным является курс Общего английского языка (General) с обучением в стандартных группах численностью от 6 до 12 человек. Стоимость 1 академического часа Общего курса с русскоязычным преподавателем в среднем по Москве составляет ххх рублей, а с носителем языка на 10% дороже.

Вторым по популярности является курс Делового английского (Business) в группах. Тарифы на этот курс превышают тарифы Общего на 6-9%.

Расценки на занятия в мини-группах численностью до 4х человек, выше аналогичных курсов в стандартных группах на 30-50%.

Диаграмма 9. Средняя стоимость занятий в мини-группах английским языком в школах Москвы, руб./ак.час

……..

Источник: расчеты «Технологии Роста»

Индивидуальные занятия – достаточно дорогое удовольствие, поэтому позволить себе такое обучение могут далеко не все желающие. Количество «индивидуалистов» в подавляющем большинстве школ гораздо меньше «групповиков».

Диаграмма 10. Средняя стоимость индивидуальных занятий английским языком в школах Москвы, руб./ак.час

……

Источник: расчеты «Технологии Роста»

В среднем стоимость индивидуального обучения по общему курсу у русскоязычного преподавателя составляет хххх рублей за 1 ак. час, а у носителя языка хххх руб./ак.час.

Обучение деловому языку стоит в среднем даже чуть дешевле, чем General. Этот факт может быть объяснен в первую очередь несколько меньшим спросом на такой курс, чем на Общий при индивидуальном обучении.

Корпоративные занятия являются самыми выгодными для языковых школ. Средняя стоимость 1 ак. часа обучения сотрудников компании-клиента составляет хххх рублей у русскоязычного преподавателя, и хххх рублей – у носителя языка.

Диаграмма 11. Средняя стоимость корпоративных программ, руб./ак.час

……

Источник: расчеты «Технологии Роста»

Кроме того, большинство школ берет дополнительную плату за выезд преподавателя из центра Москвы и за МКАД. Часто продаются за дополнительную плату первичное тестирование сотрудников, разработка индивидуальной программы с учетом особенностей клиента-заказчика, и т.п.

3.4. Динамика цен за 2 года

За рассматриваемый период с сентября 2008 по январь 2011 г.г., практически все языковые школы увеличили стоимость своего обучения. Средний прирост тарифов за это время по Москве составил ххх%, что ниже реального прироста инфляции за тот же период.

Наиболее быстрыми темпами выросли средние тарифы школ на Общий курс преподавания иностранных языков, как в стандартной группе, так и в мини-группе (ххх% и 28%).

Диаграмма 12. Сравнение прироста расценок по типам программ за 2 года, %

…….

Источник: расчеты «Технологии Роста»

Стоимость подготовки к международным экзаменам …..

Хороший прирост за 2 года показали корпоративные занятия с носителями языков (34%). В тоже время, изменение расценок на корпоративные занятия с русскоязычным преподавателем выросли всего на 15%.

……

4. Типы целевой аудитории школ иностранных языков

Целевую аудиторию языковых школ целесообразно разбить на типы, существенным образом отличающиеся между собой:

- по мотивам к обучению на платных курсах иностранных языков,
- по критериям выбора курсов,
- по платежеспособному спросу,
- по предпочтительной форме занятий и программ,
- по ожидаемому результату обучения,
- по способам оптимального восприятия информации,
- по социальным особенностям.

Затраты школы на привлечение и образовательный процесс новых слушателей зависят от количества типов клиентов, требующих использования разных информационных каналов и разных видов обращений к ним.

4.1. Дети (с 4 до 12 лет)

Четвертая часть языковых школ и курсов России из исследуемой выборки предлагают специализированные детские программы по изучению иностранного языка. Напрашивается вывод о подтвержденной инвестиционной привлекательности этой возрастной группы.

В Москве около 700 тысяч детей в возрасте от 4х до 12 лет. При этом половина из них живут в семьях с доходом не менее 500 евро на члена семьи в месяц. Таким образом, около 350 тысяч детей относятся к потенциальным потребителям детских языковых программ только в столице. Реальная емкость «детского» сегмента, конечно, ниже, – далеко не все дети хотят изучать языки, и не все материально обеспеченные родители настаивают на этом. Развитие языковой культуры и общий рост благосостояния населения будут способствовать росту доли детей, изучающих языки в коммерческих школах. Аналитики «Технологии Роста» прогнозируют, что объем детской целевой аудитории языковых школ в столице в текущем 2011 году составит порядка **ххх – ххх тысяч** человек.

Плюсы потребительского сегмента:

- ✓ значительная емкость рынка,
- ✓ отсутствие жестких регламентов по достигнутым результатам обучения,

- ✓ возможность использования помещений в «неудобное» для взрослых утреннее и дневное время,
- ✓ возможность привлечения родителей для параллельного обучения.

Минусы:

- ✓ особые требования к преподавателям,
- ✓ часто отсутствие собственного стимула к обучению,
- ✓ необходимость наличия детских методик,
- ✓ необходимость приобретения дополнительного оборудования и мебели, создающей «детский» антураж,
- ✓ размер оплаты обучения детей обычно ниже стандартных ставок для взрослых.

Решение о выборе школы и языка принимают родители. В первую очередь доверяют рекомендациям знакомых, а также общедоступной информации в СМИ.

Особое значение придается безопасной и спокойной обстановке в школе и прилегающей территории, на выбор оказывает влияние интерьер заведения и вежливость персонала. Значение имеет солидность бренда.

4.2. Школьники-подростки (с 12 до 18 лет)

Около 70% школ имеют языковые программы, рассчитанные на подростков. Самыми распространенными программами являются Общий курс английского, иногда – подготовка к сдаче международных экзаменов.

……..

5. Емкость и потенциал рынка

Оценка потенциала рынка услуг коммерческих языковых школ в Московском регионе проходила на основании официальных статистических данных государственной службы статистики, Московского территориального управления статистики, полученных результатов исследования и собственных методик расчета и прогнозирования компании «Технологии Роста».

В целом методика расчета текущей емкости московского рынка аналогична методике, использованной в предыдущем отчете «Рынок коммерческого изучения иностранных языков в России» за 2008 год.

Суть расчетной методики «Технологии Роста» можно свести к следующим последовательным этапам:

- выделение части населения в возрасте от 5 до 45 лет,
- расчет объема данной части населения (домохозяйства) в Москве, имеющей среднедушевой доход средний и выше среднего,
- выделение доли населения с высоким и средним среднедушевым доходом, заинтересованных в изучении языков (для себя или детей),
- использование предположения, что каждый заинтересованный в изучении иняз начнет обучение в течение ближайших 10-ти лет,
- расчет из последней ЦА доли населения, которая оплачивает курсы иняз в течение этого года,

- использование предположения, что каждый студент, приступивший к занятиям, прослушает как минимум 1 курс (120 ак.часов).

5.1. Емкость потребительского рынка услуг языковых школ в Московском регионе

Согласно данным Госстата по московскому региону, средняя стоимость 1 ак.часа в московских школах в ноябре 2010 году составила 314 рублей.

Согласно данным полевого и кабинетного исследований ценовых предложений московских языковых школ, проведенных «Технологией Роста» в ноябре-декабре 2010г., средняя стоимость 1 ак.часа в московских школах на конец 2010 году составляет ххх рублей.

В любом случае, московские тарифы на изучение иностранных языков являются почти уникальными по сравнению с расценками в любом другом регионе России, и превышают их в 2-3 раза.

Скорректированная по результатам исследования «Технологии Роста» емкость московского рынка услуг языковых школ в денежном выражении в 2010 году составляет ххх млрд. рублей. За последние 2 года московский рынок вырос на ххх млрд. рублей, или на 27%.[2] Таким образом, объем столичного рынка языковых услуг растет быстрее инфляции, что указывает на высокую эластичность потребительского спроса, с одной стороны, и рост самого спроса, с другой.

Диаграмма 13. Динамика емкости рынка услуг языковых школ в Москве и Московской области за 2008 – 2010 г.г.

……

Источник: статистические данные, результаты исследования, расчеты «Технологии Роста»

Емкость подмосковного рынка растет несколько медленнее, чем московского. За 2 года прирост составил 24% (по данным «Технологии Роста»).

Московский рынок по количеству потенциальных слушателей школ иняз составляет 1/10 часть от общероссийского. Весь Московский регион дотягивает до 15% в структуре рынка РФ.

Диаграмма 14. Емкостная структура российского рынка услуг языковых школ, тысяч человек

…….

Источник: статистические данные, результаты исследования, расчеты «Технологии Роста»

В денежном выражении доля московского региона увеличивается до ххх%. При этом непосредственно московские школы иностранных языков в 2010 году заработали более ххх части всего российского пирога.

Диаграмма 15. Емкостная структура российского рынка языковых школ, млрд. рублей

[2] Здесь и далее все расчетные данные базируются на скорректированной средней цене услуг школ иняз по данным исследования «Технологии Роста», декабрь 2010г.

……

Источник: статистические данные, результаты исследования, расчеты «Технологии Роста»

Судя по результатам полевых опросов и экспертных интервью, столичный рынок, несмотря на свою весьма внушительную величину, еще далеко не исчерпал свои возможности роста.

Увеличение рынка в 2011-2012 годах, по прогнозам «Технологии Роста», будет происходить как за счет увеличения количества платежеспособного потребительского спроса, так и за счет постепенного наращивания расценок на уроки. Впрочем, вторая составляющая, скорее всего, будет расти намного медленнее, чем первая.

5.2. Емкость московского рынка по целевым аудиториям слушателей

…….
……

8. Бизнес-профили языковых школ и курсов в Москве

a. Международные сетевые проекты школ и курсов иностранных языков

……

b. Российские сетевые школы и курсы иностранных языков

…….
…….

c. Московские сетевые школы и курсы иностранных языков

……
……

d. Городские школы иностранных языков

……..

Образовательный центр «Мегаполис»

Год основания: 1998 г.

Формат школы: городская школа (образовательный центр)

Методика преподавания: коммуникативная (в основном)

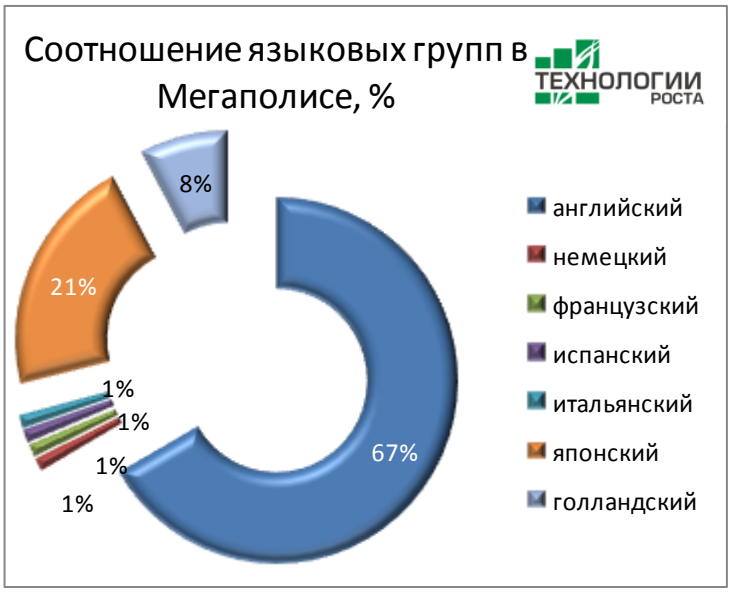
Преподаватели: дипломированные преподаватели, окончившие ведущие лингвистические педагогические ВУЗы (МГПУ, МГЛУ, МГУ, МПГУ им. Ленина и т.д.). Есть носители языка.

Языки изучения: Английский, Арабский, Греческий, Испанский, Итальянский, Китайский, Немецкий, Турецкий, Финский, Французский, Чешский, Шведский, Японский.

Слушатели школы в основном предпочитают изучать английский язык (67%), второе и третье места занимают редкие языки: японский (21%) и голландский (8%).[3]

По мнению руководителей школы, в настоящее время особенно растет спрос на японский язык.

Диаграмма 16



Источник: Анкета школы, декабрь 2010 г.

География охвата: в Москве имеется одно помещение для занятий.

Основные курсы:

- Общий курс иностранного языка для взрослых,
- Общий курс иностранного для детей,
- Общий бизнес-курс английского,
- Корпоративные занятия (в том числе с учетом отрасли),
- Выездные программы на заказ

Дополнительные предложения:

- Специализированные короткие программы для владеющих языком (английский для переговоров, для телефонных разговоров, т.п.),
- On-line обучение,
- Языковый клуб «Собеседник»,
- Детские языковые праздники.

Посещение клуба, модерируемое носителем языка, обойдется слушателю в 500 рублей за 90 минут общения.

[3] Источник: Анкета руководителей школы, декабрь 2010 г.

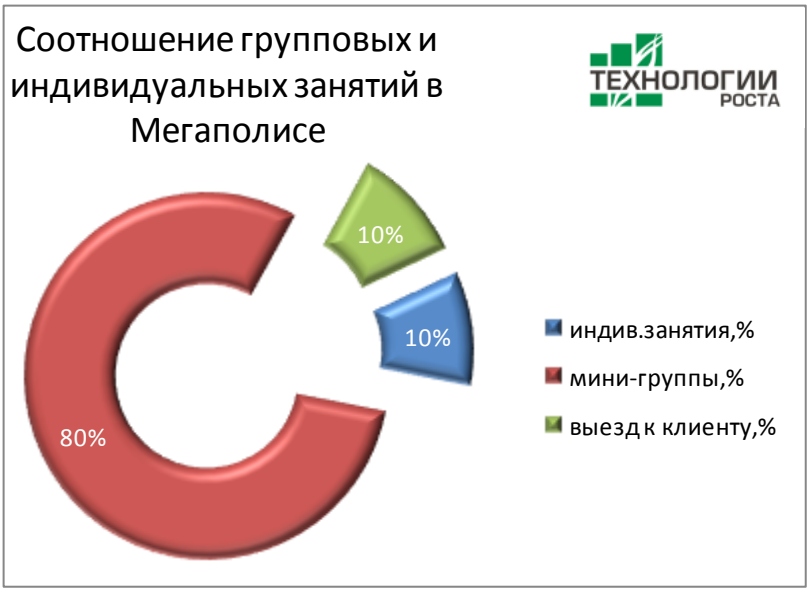
Клубные вечеринки, как считает Ольга Шкилева, начальник методического отдела школы, в последнее время стали весьма востребованной услугой.

Школа также начала сотрудничать с туристическими образовательными языковыми центрами на Мальте, в Великобритании, Германии, Китае, куда организует поездки своих слушателей.

Аудитория слушателей: все возрасты (дети, подростки, взрослые), индивидуальные, групповые занятия, корпоративные клиенты.

Большинство студентов школы (до 80%) занимается в мини-группах численностью 3-4 человека.[4]

Диаграмма 17



Источник: Анкета школы, декабрь 2010 г.

Среди корпоративных клиентов школы много известных и крупных российских и зарубежных компаний.

Ценовая политика:

Школа работает в нижнем подсегменте среднего ценового сегмента. Практически все курсы, предлагаемые школой, оцениваются как средние или ниже среднерыночных в Москве.[5]

Таблица 1. Тарифы школы Мегаполис в декабре 2010 г

название школы	Общий, группа	Деловой, гру	Корпоратив		Общий, мини-г	Деловой, г	Общий, индив.	Деловой, инди
	р/я	р/я	р/я	speaker	р/я	р/я	р/я	р/я
Мегаполис	290р.	320р.	1 200р.	1 900р.	370р.	420р.	900р.	1 100р.

Источник: http://megalanguage.ru, декабрь 2010 г.

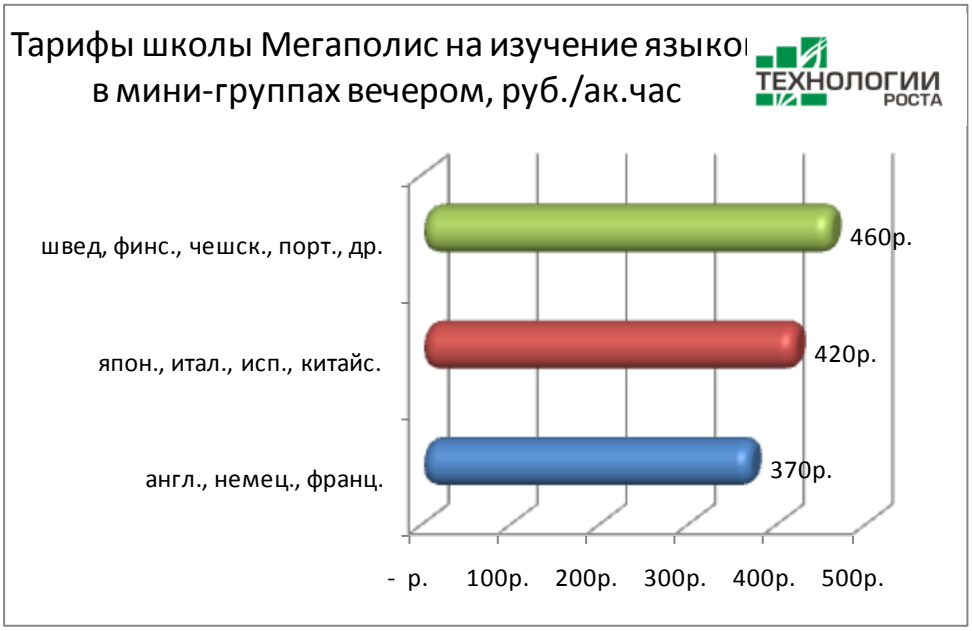
[4] Источник: Анкета школы, декабрь 2010 г.

[5] Источники: телефонный опрос по методу «тайный покупатель» в декабре 2010 г. и данные http://megalanguage.ru

Академический час в школе составляет 45 минут.

Стоимость занятий по английскому, немецкому и французскому языкам одинакова для аналогичных групп и уровней. Тарифы на изучение всех других языков выше в среднем на 15-25%.

Диаграмма 18



Источник: http://megalanguage.ru, декабрь 2010 г.

Сильные стороны:

- Одна из самых «старых» школ платного изучения иностранных языков в Москве,
- Самый широкий выбор языков для изучения, в том числе, и самых редких,
- Сложившийся имидж на корпоративном рынке языкового образования,
- Приемлемые расценки для широкой клиентской аудитории.

Слабые стороны:

- Только одно помещение для занятий в Москве,
- Малое количество native speaker в штате школы.

e. On-line школы иностранных языков

Центр языковой психологии «CLP»

Год основания: 1997 г.

Центр языковой психологии занимается разработкой индивидуальных программ иностранных языков по методике CLP. Сотрудничает с Центром подготовки космонавтов им. Ю. А. Гагарина.

В 2007 году Центр получил Сертификат Качества Госстандарта России на методику CLP.

Формат школы: центр языковой психологии[6].

Языки изучения: Английский, Испанский, Итальянский, Немецкий, Французский

Методика преподавания: CLP-методика (аудиоуроки дистанционно или под контролем преподавателя очно).

……..

…….

9. Информация о компании-исследователе рынка иностранных языков в Москве

ООО «Технологии Роста»

- специализируется на разработке и внедрении прикладных технологий повышения эффективности среднего и малого бизнеса. Мы готовы:

- детализировать готовые исследования с учетом индивидуальных запросов заказчика,
- разработать бизнес-планы конкретных проектов для получения кредитов и привлечения инвесторов,
- рассчитать инвестиционные риски бизнеса и предложить пути их снижения;
- провести маркетинговые исследования рынка, потребителей, продукта,
- поставить в компании системы маркетинга, рекламы и продаж,
- разработать эффективную стратегию продвижения предприятия на существующем конкурентном рынке при минимальном бюджете;
- поставить систему финансового планирования, бюджетирования и управленческого учета,

которые помогут нашим партнерам получать больше прибыли без дополнительных инвестиций.

Генеральный директор *Тамара В. Решетникова*
ООО «Технологии Роста»
+7 (919) 7665602

[6] Источник: http://www.clp.ru