

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА РЕМОНТНЫХ УСЛУГ

ДЕМОНСТРАЦИОННАЯ ВЕРСИЯ

**Дата выпуска отчета:
август 2008 г.**

Данное исследование подготовлено MA Step by Step исключительно для информационных целей. Информация, представленная в исследовании, получена из открытых источников или собрана с помощью маркетинговых инструментов. MA Step by Step не дает гарантии точности и полноты информации для любых целей. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная для вложения инвестиций. MA Step by Step не несет ответственности за убытки или ущерб, причиненный вследствие использования информации исследования третьими лицами, а так же за последствия вызванные неполнотой представленной информации. Данные материалы не могут распространяться без разрешения MA Step by Step.

г. Москва

ОГЛАВЛЕНИЕ

ОГЛАВЛЕНИЕ	2
Аннотация	3
Цель исследования.....	3
Описание исследования	3
Полное содержание исследования	4
Список диграмм	7
Список таблиц	8
Выдержки из исследования	9
Описание влияющих Рынков.....	9
Рынок жилой недвижимости	9
Ценовое сегментирование услуги.....	10
Объем и емкость Рынка.....	11
Объем Рынка	11
Темпы роста Рынка	11
Конкурентный анализ	12
Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками услуги	12
Ценовая сегментация игроков	12
Основные параметры конкуренции.....	13
Структура осведомленности потребителей о марках и поставщиках Услуг.....	14

АННОТАЦИЯ

Цель исследования

Цель исследования: – анализ текущей ситуации на Рынке.

ОПИСАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Задачи исследования:

- Описание макроэкономической ситуации на Рынке
- Выделение основных сегментов Рынка
- Определение объема, емкости и темпов роста Рынка
- Описание структуры Рынка
- Выявление основных игроков на Рынке
- Выявление основных факторов, влияющих на Рынок
- Выявление основных тенденций Рынка
- Описание потребителей на Рынке
- Описать схемы ценообразования на Рынке

Кол-во страниц: 102 стр.

Язык отчета: русский

Отчет содержит: 11 диаграмм, 10 таблиц, 1 схема

ПОЛНОЕ СОДЕРЖАНИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

Оглавление
Введение
Методологическая часть
Описание типа исследования
Объект исследования
Цели и задачи исследования
География исследования
Время проведения исследования
Методы сбора данных
Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок
Общэкономическая ситуация в России
Динамика валового внутреннего продукта
Динамика уровня инфляции
Динамика среднедушевых доходов населения
Динамика инвестиций в основной капитал
Законодательство и стандарты отрасли
Описание отрасли
Теневой сектор
Описание влияющих Рынков
Рынок жилой недвижимости
Рынок загородной недвижимости
Рынок коммерческой недвижимости
Рынок строительных материалов
Объем рынка
Тенденции рынка
Перспективы развития рынка строительных материалов
Сегментация и структура Рынка по основным видам Продукции
Определение услуги
Сегментирование услуги по типу подрядчиков
Сегментирование услуги по типу потребления (видам ремонта)
Ценовое сегментирование услуги

Основные количественные характеристики Рынка

Объем и емкость Рынка

Объем Рынка

Темпы роста Рынка

Влияние сезонности на Рынок

Тенденции Рынка

Сбытовая структура Рынка

Схема взаимодействия заказчика и исполнителя

Основные принципы ценообразования

Конкурентный анализ

Конкуренция между крупнейшими производителями и поставщиками услуги

Ценовая сегментация игроков

Основные параметры конкуренции

Основные производители Рынка. Описание профилей крупнейших компаний

Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями
Продукции

Анализ потребителей

Описание потребителей, оценка существующей и потенциальной емкости рынка

Сегментация потребителей с описанием и количественной оценкой сегментов

B2C рынки:

B2B рынки:

Структура потребления Услуги по видам

Структура осведомленности потребителей о марках и поставщиках Услуг

Потребительские предпочтения по: видам, маркам Услуги

Зависимость спроса на Услуги от различных характеристик

Медиа-предпочтения потребителей (отношение к источникам и формам рекламы
Услуги)

Основные тенденции в потребительском сегменте

Обобщающие выводы и рекомендации

Факторы, благоприятствующие развитию Рынка

Step-анализ Рынка

Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков

Инвестиционная привлекательность/пустующие ниши на Рынке

Тенденции Рынка

Общие выводы по отчету

Приложение

Приложение 1. Цены на услуги, предоставляемые строительными компаниями на примере компании Вираартстрой на 2008 год

Приложение 2. Закон о защите прав потребителей при выполнении работ (оказании услуг) от 7 февраля 1992 года № 2300-1 (с изменениями и дополнениями)

Приложение 3. Типовой договор подряда на ремонт жилого помещения

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Динамика номинального ВВП РФ в 2002-2007 г.г., млрд. руб.

Диаграмма 2. Динамика реального ВВП РФ в 2003-2007 г.г., % к предыдущему году

Диаграмма 3. Динамика уровня инфляции в РФ в 2002-2007 г.г., % к декабрю

Диаграмма 4. Динамика уровня инфляции в РФ в январе – июне 2008 г., % к декабрю 2007 г.

Диаграмма 5. Среднедушевые доходы населения, руб., 2002-2007 гг.

Диаграмма 6. Динамика ввода в действие жилых домов, млн. м. кв. площади, 2007- I квартал 2008 года.

Диаграмма 7. Доля московского рынка строительных материалов в общем объеме рынка, %

Диаграмма 8. Структура российского рынка ремонтно-строительных услуг, %

Диаграмма 9. Наиболее востребованные среди российских потребителей виды ремонта, %

Диаграмма 10. Уровень трат потребителей на ремонт, %

Диаграмма 11. Востребованность различных видов внутренних ремонтно-строительных работ, %

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Объемные характеристики рынка загородной недвижимости Подмосковья

Таблица 2. Ценовые характеристики рынка загородной недвижимости Подмосковья

Таблица 3. Основные показатели Рынка торговой недвижимости в 2007 году

Таблица 4. Доля новых производств и технологических линий в совокупном объеме производства

Таблица 5. Рост оптовых цен производителей на основные строительные материалы, изделия и конструкции для жилищно-гражданского строительства в 2007 году

Таблица 6. Объем российского и московского рынков ремонтно-строительных услуг в 2006 г.

Таблица 7. Цены на услуги, предоставляемые компанией «Сэлском»

Таблица 8. Сравнительная характеристика крупнейших производителей по основным параметрам

Таблица 9. STEP-анализ

Таблица 10. Возможные риски, связанные с Рынком

Схема 1. Взаимодействие заказчика и исполнителя.

ВЫДЕРЖКИ ИЗ ИССЛЕДОВАНИЯ

На рост данного рынка благоприятное влияние оказывает увеличение материального благосостояния населения и интенсивный рост жилого/нежилого строительства. В настоящее время довольно большое количество новостроек сдается без отделки, что в свою очередь ведет к спросу на ремонтные услуги. Рост спроса на ремонтные услуги делает изучение данного рынка актуальным и необходимым для понимания сложившейся ситуации на рынке и определения дальнейшего развития рынка, а также основных его тенденций.

ОПИСАНИЕ ВЛИЯЮЩИХ РЫНКОВ

Среди рынков, которые прямым или косвенным образом оказывают влияние на изучаемый нами Рынок, можно выделить:

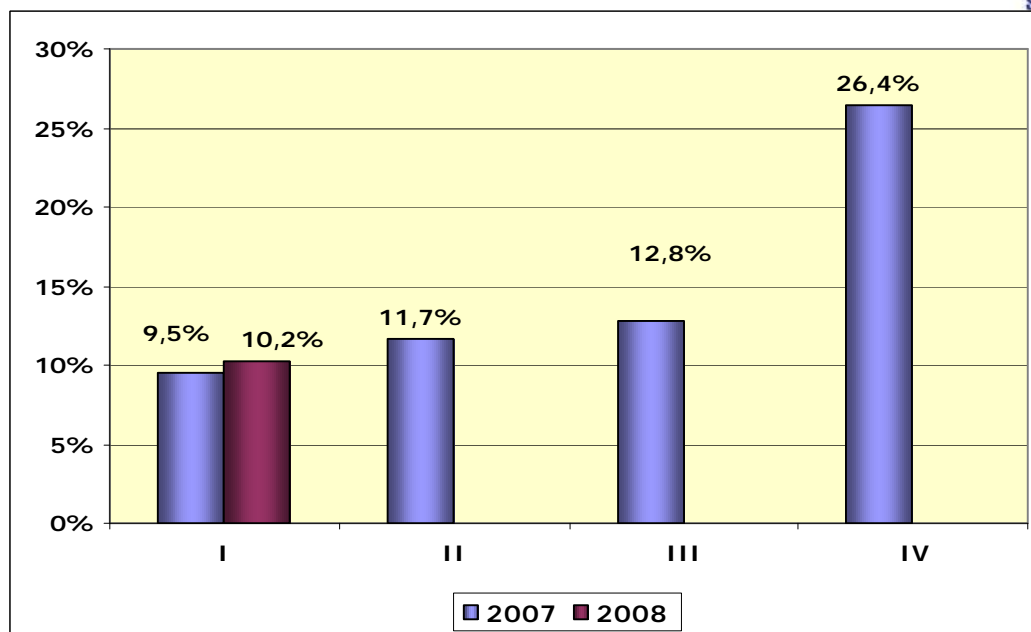
- Рынок жилой недвижимости
- Рынок загородной недвижимости
- Рынок офисной недвижимости
- Рынок складской недвижимости
- Рынок строительных материалов

РЫНОК ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ

Рынок ремонтно-строительных услуг находится в прямой зависимости от рынка жилищного строительства. По прогнозам аналитического агентства Abarus, к 2010 году в России будет построено 72,4 млн. кв. м. жилья.

В 2007 году общий объем жилищного фонда, находящегося в управлении составил 1 604 897,66 тыс. кв. м (1 051 608 многоквартирных домов). В России ежегодно строится 1,5% от объема действующего фонда, тогда как из фонда жилья выбывает 3% жилых площадей. При этом капитального ремонта требует около 40% многоквартирного жилого фонда России.

ДИАГРАММА. ДИНАМИКА ВВОДА В ДЕЙСТВИЕ ЖИЛЫХ ДОМОВ, МЛН. М. КВ. ПЛОЩАДИ, 2007-I КВАРТАЛ 2008 ГОДА.



Источник: Федеральная служба государственной статистики за 2008 год

На рынке жилой недвижимости в 2007 году отмечался интенсивный рост цен. Самым дорогим после Москвы по уровню цен на жилье стал Санкт-Петербург. Так, средняя стоимость в этом городе за 1 кв. м. на вторичном рынке составляла около 77 тыс. руб. В среднем по России цена 1 кв. метра жилья на декабрь 2007 года составила на первичном рынке – 39 509,7 руб.; на вторичном рынке – 41 880,3 руб., а полная себестоимость строительства – 32 838,1 руб.

ЦЕНОВОЕ СЕГМЕНТИРОВАНИЕ УСЛУГИ

Эксперты отраслевых агентств установили, что специализированные ремонтно-строительные компании завышают реальную стоимость простых работ.

Рынок ремонтно-отделочных услуг подразделяется на разные ценовые сегменты:

- Дешевый (до \$100 за кв.м.)
- Среднеценовой (от \$100 до 170 за кв.м.)
- Высокоценовой (от \$170 до 250 за кв.м.)
- Элитный (от \$250 за кв.м.).

Наиболее объемным является среднеценовой сегмент. На него приходится порядка ... % всего рынка ремонтных услуг.

ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА

ОБЪЕМ РЫНКА

Подавляющая доля в структуре российского рынка ремонтных услуг принадлежит московскому рынку – ... %. По данным отраслевых агентств за 2007 год, доля населения, прибегающего при ремонте к услугам строительных фирм, в Москве в 10 раз выше, чем по России в целом.

На долю остальных регионов в совокупности приходится ... %. Таким образом, специфика российского рынка ремонтных услуг во многом определяется столичным рынком.

Объем российского рынка ремонтных услуг составляет около \$... млрд., а московского – \$... млрд.

ТЕМПЫ РОСТА РЫНКА

Рынок ремонтных услуг развивается достаточно динамично. Это связано, прежде всего, с увеличивающимися объемами строительства и улучшением материального положения населения. Темпы роста рынка ремонтных услуг во многом зависят от темпов роста строительства. Увеличение строительства жилых и нежилых помещений, а также высокий износ жилищного фонда, дают нам все основания предположить, что в ближайшем будущем спрос на ремонтно-отделочные услуги со стороны населения и юридических лиц будет расти.

Темпы роста столичного рынка ремонтных услуг в 2007 году составили ...-... %, по регионам России этот показатель колебался от ... % до ... %. В 2008 году темпы роста сохранятся на уровне ... %.

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ

Основная направленность конкурентной борьбы на рынке ремонтных работ и услуг в московском регионе идет за средний класс потребителей, с доходом от \$2000 в месяц.

КОНКУРЕНЦИЯ МЕЖДУ КРУПНЕЙШИМИ ПРОИЗВОДИТЕЛЯМИ И ПОСТАВЩИКАМИ УСЛУГИ

Рост малого бизнеса в сфере ремонтных услуг в последние годы является адекватным ответом профессионалов запросам рынка. Основной конкурентной силой специализированным компаниям выступают, так называемые, «частники», которые предлагают услуги в несколько раз дешевле. Однако потребители постепенно осознают преимущества сотрудничества со специализированными фирмами по выполнению ремонтных услуг, которые являются наиболее подходящим и надежным партнером как для частных, так и, тем более, для корпоративных заказчиков. Официальное заключение договора на осуществление ремонтных работ с прописанными качественными, стоимостными, временными характеристиками и гарантийными обязательствами гораздо больше внушает доверия заказчикам.

Согласно мнению игроков рынка, в настоящее время только в столице действуют порядка 5000 специализированных предприятий по ремонту. Появлению новых игроков способствуют низкие экономические и законодательные барьеры входа в отрасль, что позволяет начинать с «нуля».

ЦЕНОВАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ ИГРОКОВ

На основе мониторинга 50 крупнейших компаний, оказывающих услуги по ремонтным работам, эксперты установили, что среди активно и успешно действующих на легальном рынке компаний более ... % относятся к сегменту «евростандарт», т.е. к среднему ценовому сегменту.

Компаний сегмента «люкс» насчитывается среди рассмотренных ... %, что

является хорошим показателем. Компаний нижнего ценового сегмента («ЭКОНОМ») – ... %.

ОСНОВНЫЕ ПАРАМЕТРЫ КОНКУРЕНЦИИ

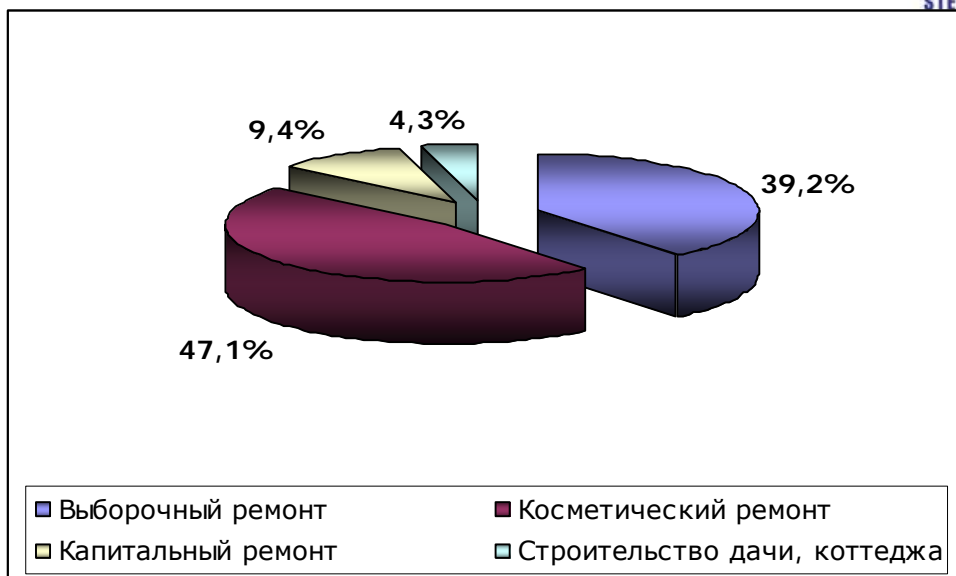
Основными параметрами конкуренции на рынке ремонтных услуг являются:

- Цена услуг
- Качество услуг
- Перечень предоставляемых услуг
- Квалифицированные специалисты.

АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Основными потребителями ремонтно-отделочных услуг являются физические лица. Что является вполне объяснимым, так как в городах России ведется активное строительство жилой недвижимости, которая зачастую сдается без отделки. Немалую долю в строительстве новостроек занимает и «социальное» жилье, которое имеет простейшую отделку. По данным отраслевых агентств только в Москве ежегодно строится примерно ... млн. кв. метров новостроек без отделки и примерно ... млн. кв. метров «социального» жилья. Порядка ... тысяч квартир на вторичном рынке приобретаются ежегодно новыми хозяевами, а это не менее ... млн. кв.м. Также каждые 7-10 лет требуется текущий ремонт квартиры. Для того чтобы установить, какие услуги являются наиболее востребованными среди россиян (сегмент B2C), необходимо рассмотреть наиболее востребованные ими виды ремонта.

ДИАГРАММА . НАИБОЛЕЕ ВОСТРЕБОВАННЫЕ СРЕДИ РОССИЙСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ВИДЫ



РЕМОНТА, %

Источник: по материалам сайта <http://www.marketcenter.ru>

Почти половина потребителей в России предпочитает делать косметический ремонт – 47,1%. Далее следует такой вид ремонта как выборочный, который предпочитают 39,2% потребителей. Значительно реже российские потребители проводят капитальный ремонт (9,4%), а также строительства дачи или коттеджа – 4,3%.

СТРУКТУРА ОСВЕДОМЛЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ О МАРКАХ И ПОСТАВЩИКАХ Услуг

На рынке ремонтных услуг отсутствуют не только какие-либо бренды, но и сколько-нибудь раскрученные марки. Потребители не имеют никаких гарантий на получение качественного ремонта за соответствующие деньги. Во многом, отсутствие раскрученных марок и брендов объясняется особенностями данного рынка: создавать крупную фирму со своим штатом на рынке ремонтных услуг не невыгодно, часть людей все равно будет без работы.

Это связано отчасти с тем, что рынок ремонтных услуг является «серым» и строительным фирмам не выгодно показывать свои реальные обороты, а строительные бригады зачастую вообще не регистрируются в государственных органах.

Группа Компаний Step by Step работает на рынке 7 лет, осуществляет полный комплекс консалтинговых и маркетинговых услуг, создавая возможность поддержки управленческих решений и развития бизнеса своих клиентов в следующих областях:

- Управленческий и маркетинговый консалтинг
- Брендинг
- Маркетинговые исследования
- Исследования и консалтинг в недвижимости

В состав Группы Компаний Step by Step входят такие подразделения, как:

- Step by Step Консалтинг
- Step by Step Исследования
- Step by Step Недвижимость
- Аналитический центр SbS Аналитика
- Call-центр MarketPhone

Ведущие специалисты Группы Компаний Step by Step состоят в таких профессиональных организациях, как Международная Ассоциация Профессионалов в области исследований общественного мнения и маркетинга (ESOMAR), НГПК (Национальная Гильдия Профессиональных Консультантов), Гильдия Маркетологов, РАРИ (Российская Ассоциация Рыночных Исследований), Московская ТПП.

На сегодняшний день в портфеле Группы Компаний Step by Step более 300 реализованных проектов. Мы гордимся сотрудничеством с такими организациями, как ОАО "Связьинвест", РАО "ЕЭС РФ", "АйТи", Компания "Русский бисквит", ТД "Снежная королева", кофейни "Мокко", ЗАО RENOVA, группа компаний РБК, группа компаний ТЕКОН, HITACHI ltd, Honeywell, ассоциации экспортеров Бразилии (APEX), ЗАО «Детский мир», Blackwood, Система Галс.

