

Название отчета	<b>КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ РОССИЙСКОГО РЫНКА УСЛУГ САЛОНОВ КРАСОТЫ</b>		
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step		
Дата выхода отчета	19.12.2013		
Количество страниц	61 стр.		
Язык отчета	русский		
Стоимость (руб.)	25000 руб.		
Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр.А4	<p><b>Цель исследования:</b> анализ текущей ситуации на рынке</p> <p><b>Задачи исследования:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Описание макроэкономической ситуации на Рынке</li> <li>• Выделение основных сегментов Рынка</li> <li>• Определение основных количественных характеристик Рынка</li> <li>• Описание структуры Рынка</li> <li>• Выявление основных игроков на Рынке</li> <li>• Выявление основных факторов, влияющих на Рынок</li> <li>• Выявление основных тенденций Рынка</li> <li>• Описание потребителей на Рынке</li> </ul> <p><b>Выдержки из исследования:</b> Объем рынка салонов красоты в денежном выражении за 2012 год составил ... млрд. рублей, что на ...% больше, чем в 2011 году. По оценкам аналитиков ... по итогам 2013 года темпы роста рынка ....%. Степень насыщения рынка на данный момент составляет около ...%. На формирование рынка услуг салонов красоты в каждом регионе влияют..... Рынок услуг салонов красоты представлен.... С каждым годом из-за большой конкуренции салоны красоты..... Как для новых игроков, так и для уже действующих все актуальнее становится вопрос....</p>		
Подробное оглавление/содержание отчета	1	<b>Введение</b>	<b>5</b>
	2	<b>Методологическая часть</b>	<b>6</b>
	2.1	<i>Описание типа исследования</i>	6
	2.2	<i>Объект исследования</i>	6
	2.3	<i>Цели и задачи исследования</i>	6
	2.4	<i>География исследования</i>	6
	2.5	<i>Время проведения исследования</i>	6
	2.6	<i>Методы сбора данных</i>	7
	3	<b>Макроэкономическая конъюнктура</b>	<b>8</b>
	3.1	<i>Общеэкономическая ситуация в России</i>	8
	3.1.1	<i>Динамика валового внутреннего продукта</i>	8
	3.1.2	<i>Промышленное производство</i>	9
	3.1.3	<i>Уровень инфляции</i>	10
	3.1.4	<i>Уровень доходов населения</i>	11
	3.1.5	<i>Розничная торговля</i>	12
	3.1.6	<i>Инвестиции</i>	13
	4	<b>Описание отрасли</b>	<b>16</b>
	4.1	<i>Описание отрасли платных бытовых услуг</i>	16
	4.2	<i>Описание влияющего рынка. Рынок оборудования для салонов красоты</i>	21
	4.3	<i>Описание смежного рынка. Рынок косметики</i>	24
	5	<b>Сегментация рынка салонов красоты</b>	<b>30</b>

	5.1	<i>Основные определения</i>	30
	5.2	<i>Сегментирование услуги на Рынке</i>	30
	5.2.1	Сегментирование по типу	30
	5.2.2	Сегментирование по классу	30
	5.2.3	Сегментирование по широте оказания косметологических услуг	31
	5.2.4	Сегментирование по формату услуг	32
	5.2.5	Сегментирование заведений по времени работы	32
	5.2.6	Сегментирование по размеру заведения	34
	5.2.7	Тенденции в различных рыночных сегментах	34
	5.3	<i>Основные принципы ценообразования</i>	34
	5.3.1	Ценовое сегментирование услуги	35
	5.3.2	Тенденции в ценовых сегментах	40
6		<b>Основные количественные характеристики рынка</b>	<b>41</b>
	6.1	<i>Динамика развития рынка. Объем и темпы роста</i>	41
	6.2	<i>Прогноз развития рынка</i>	42
	6.3	<i>Влияние сезонности на Рынок</i>	43
7		<b>Сбытовая структура Рынка</b>	<b>45</b>
		<i>Краткое описание основных сегментов участников Рынка</i>	45
	7.1	<i>Рынка</i>	45
	7.1.1	Особенности работы с клиентами	45
8		<b>Конкурентный анализ</b>	<b>47</b>
	8.1	<i>Конкуренция между крупнейшими компаниями</i>	47
	8.2	<i>Сравнительная характеристика основных производителей на рынке</i>	47
	8.2.1	Резюме	50
	8.3	<i>Тенденции в конкуренции между крупнейшими игроками рынка</i>	50
9		<b>Анализ потребителей</b>	<b>51</b>
	9.1	<i>Сегментация потребителей</i>	51
	9.1.1	Потребители в сегменте B2C	51
	9.1.2	Потребление в сегменте b2b	52
	9.1.3	Факторы, влияющие на выбор или смену салона красоты	52
	9.2	<i>Потребительские мотивации и поведение при покупке</i>	52
	9.3	<i>Медиа-предпочтения потребителей</i>	53
	9.4	<i>Оценка потребительской емкости Рынка. Степень насыщения Рынка</i>	53
	9.5	<i>Основные тенденции в потребительском сегменте</i>	55
10		<b>Обобщающие выводы по отчету</b>	<b>56</b>
	10.1	<i>Факторы, влияющие на развитие Рынка</i>	56
	10.1.1	Факторы, благоприятствующие развитию рынка	56
	10.1.2	Сдерживающие факторы рынка	56
	10.1.3	СТЕР-анализ Рынка	57
	10.2	<i>Анализ рисков</i>	59
	10.3	<i>Текущая ситуация и перспективы развития рынка</i>	60
Количество и названия	Диаграмма 1. Динамика изменения объема ВВП, 2002-2014 гг., трлн. руб.		

таблиц, диаграмм, графиков	<p>Диаграмма 2. Динамика индекса промышленного производства в % к соответствующему периоду предыдущего года, январь-ноябрь 2013 г.</p> <p>Диаграмма 3. Уровень инфляции 2003-2013 гг. (оценка), %</p> <p>Диаграмма 4. Динамика реальных располагаемых денежных доходов в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2013 гг.</p> <p>Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли 2013г., млрд. рублей</p> <p>Диаграмма 6. Динамика инвестиций в основной капитал 2013 г., млрд. руб.</p> <p>Диаграмма 7. Индекс объема рынка платных бытовых услуг в % к 2007 году (2013 год – прогноз на основании данных за октябрь 2013 года включительно), темпы роста рынка бытовых услуг, %</p> <p>Диаграмма 8. Структура платных услуг населению в 2012 году, %</p> <p>Диаграмма 9. Объем производства косметических изделий в динамике, млрд. шт.</p> <p>Диаграмма 10. Темпы роста рынка косметики в 2009-11 годах, прогноз до 2013 года, %</p> <p>Диаграмма 11. Объем парикмахерских и косметических услуг РФ в 2008-2012 гг., млрд. рублей (без индексации)</p> <p>Таблица 1. Объем предоставленных в 2012 году платных услуг населению, млрд. руб.</p> <p>Таблица 2. Динамика структуры платных бытовых услуг в 2008-2012 годах, %</p> <p>Таблица 3. Краткое описание некоторых поставщиков и производителей оборудования и инструментов для салонов красоты</p> <p>Таблица 4. Особенности формирования цен в сфере услуг</p> <p>Таблица 5. Сравнительная характеристика основных производителей на рынке</p> <p>Таблица 6. Емкость рынка услуг салона красоты</p> <p>Таблица 7. STEP-анализ</p> <p>Таблица 8. SWOT-анализ</p> <p>Схема 1. Схема предоставления услуги</p>
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	ГИ_Салоны красоты_2014.pdf

Маркетинговое Агентство Step by Step специализируется в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

Маркетинговое Агентство Step by Step объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

Маркетинговое Агентство Step by Step специализируется на следующих сегментах рынка:

- Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
- ИТТ – рынок
- Рынок торгово-розничных предприятий
- Рынок отдыха и развлечений
- Рынок предприятий малого бизнеса

Маркетинговое Агентство Step by Step – член Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов, Международной ассоциации ESOMAR.