+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Салоны красоты для животных в 2008-2011 гг.: потребители и участники рынка

https://marketpublishers.ru/r/B6EF8A55116RU.html
Дата: 22.04.2009
Страниц: 89
Цена: 30 000 руб. (Лицензия на одного пользователя)
Артикул: B6EF8A55116RU

Описание

Маркетинговое исследование салонов красоты для животных впервые проводилось сотрудниками ЭКЦ «Инвест-Проект» в 2007 г. и значительно переработано и дополнено в 2009 г. с учетом влияния мирового экономического кризиса.

С конца 2008 г. емкость рынка значительно сократилась до *** млн. долл. в год. В стоимостном выражении объем рынка в 2008 г. составил 5,2 млн. долл. при стоимости около 2 000 руб. за посещение и в среднем при 2,5 посещениях в год. По прогнозу на 2009 г. объем рынка сократится до 4,2 млн. долл. (-16,7%) и *** посещений салонов животными в год.

В данном исследовании в дополнение к обычному взгляду на рынок с точки зрения компаний-участников, дается информация и с точки зрения финансовых характеристик клиентов салонов красоты для животных – сколько платят за услуги, какими доходами обладают, сколько готовы платить, при каких ценах платить не будут и т.д. Результаты исследования позволяют свободно ориентироваться в экономике рынка и планировать свою деятельность с учетом кризиса и после него.

Основные игроки на рынке – «Милорд», «Iv San Bernard», «Чарли», «Черная собака», «Айрис», «Зоомарт», «Боншерри» и др. При этом на рынке произошли значительные изменения: появление новых точек у одних компаний и закрытие у других, снижение цен, сокращение емкости и объема, сокращение рынка.

Ключевые данные исследования:

- объем и емкость рынка за период с 2008 по 2011 гг. с учетом снижения платежеспособного спроса;

анализ выручки 5 лидеров рынка (в долл. и % от объема рынка) за период с 2008 по 2011 гг.;

распределение доходов населения Москвы за 2008 и 2009 гг.;

рекомендуемые размеры «среднего чека» по ценовым категориям: «премиум», «люкс», «бизнес», «средний класс», «демократичный» и «эконом» на основе данных о денежных доходах клиентов;

оценка объемов продаж в указанных целевых доходных группах;

рекомендуемые диапазоны «средних чеков» с учетом доходов клиентов.

Цель исследования – представить участникам рынка его динамику и прогноз развития с учетом влияния финансового кризиса. В результате каждый участник рынка сможет усилить свои конкурентные преимущества, обоснованно оптимизировать свою маркетинговую стратегию на 2010-2011 гг., обеспечить обществу более полное и качественное удовлетворение его потребностей в уходе за своими питомцами.

Методы исследования:

метод «таинственного покупателя» (обращение в салоны);

анализ вторичной информации;

эксклюзивные методики ЭКЦ «Инвест-Проект».

Целевая аудитория исследования

существующие участники рынка;

компании из смежных сфер деятельности;

потенциальные игроки рынка.

Лидером рынка в 2008-2011 гг. остается сеть салонов «Милорд» (**% рынка и *** млн. долл. выручки), а выручка салона «Чарли», занимавшего второе место до 2008 г., составляет *** млн. долл. (**% рынка). Значительно изменился рейтинг лидеров рынка.

Исследование содержит информацию о выручке пятерки лидеров в 2008-2011 гг. и динамику изменения долей рынка – в большую или меньшую стороны. Кроме того, исследование содержит данные об изменении объема рынка салонов красоты для животных и его емкости. Анализ этих данных позволяет действующим салонам скорректировать свою маркетинговую стратегию на период 2009-2011 гг., а предпринимателям, которые хотят открыть свой салон красоты для животных, определиться с параметрами рынка, выбрать наиболее подходящую ценовую нишу, разработать стратегию успешного выхода на рынок.

Также в исследовании проанализированы ценовые категории и рекомендованы соответствующие им целевые группы потребителей в зависимости от их доходов и затрат на услуги:

в ценовой категории **«премиум»** – от *** до *** руб. в год («Милорд»);

в ценовой категории **«люкс»** – от *** до *** руб. в год («Чарли»);

в ценовой категории **«бизнес-класс»** – от *** до *** руб. в год («Iv San Bernard», «Айрис»);

в ценовой категории **«средний класс»** – от *** до *** руб. в год (относительно свободная ниша);

в ценовой категории **«демократичная»** – от *** до *** руб. в год («Черная собака»);

в ценовой категории **«бюджетная»** – от *** до *** руб. в год (частные мастера-грумеры).

Анализ интервалов цен на услуги салонов красоты для животных по ценовым категориям позволяет более точно выстраивать ценовую политику компании, более обоснованно определять цены на услуги, разрабатывать перечень и качество дополнительных услуг. Так, например, позиционирование в классе «люкс» предполагает качество и цены услуг в диапазоне от *** до *** тыс. руб. в год, а в среднем – *** тыс. руб. в год.

Кроме того, рассчитаны доходы клиентов салонов. Среднедушевые доходы клиентов салона «Чарли» находятся в диапазоне от *** до *** тыс. руб. / мес. / чел., а клиентов более дорогой сети «Милорд» – от *** до *** тыс. руб. / мес. / чел. Определен также объем рынка по каждой из 10 децильных групп и выявлено, что лица с доходами до *** тыс. руб. / мес. / чел. не пользуются услугами салонов красоты для животных из-за недостаточного уровня дохода, а лица с доходами свыше *** тыс. руб. / мес. / чел. не заинтересованы в услугах таких салонов как в связи с низкой воспринимаемой ценностью обслуживания в обществе представителей менее обеспеченных децильных групп, так и в связи с отсутствием свободного времени для посещения салона.

Исследование позволит руководству компаний-участников рынка оценить среднедушевые доходы своих групп потребителей и впредь обоснованно разрабатывать для них линейку продуктов даже в условиях сокращения доходов населения. Данные о доходах клиентов также позволяют оценить запас роста (или запас прочности) цен на свои услуги, предположить род занятий, уровень образования, сферы деятельности целевых групп потребителей и т.д.

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Содержание

1. РЕЗЮМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

3. ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ, 2009

3.1. Объем и емкость рынка салонов красоты для животных, 2009
3.2. Виды услуг для животных
3.3. Породы собак
3.4. Породы кошек и виды грызунов
3.5. Сравнительный анализ стоимости услуг
3.6. Товары, аксессуары, косметика, одежда для животных

4. ДИНАМИКА РЫНКА, 2008 - 2011

4.1. Динамика рынка салонов красоты для животных, 2008 - 2011

5. АНАЛИЗ УЧАСТНИКОВ РЫНКА

5.1. Сеть салонов «Милорд»
5.2. Салон-парикмахерская «Iv San Bernard»
5.3. Груминг-салон «Чарли»
5.4. Зоосалон-парикмахерская «Черная собака»
5.5. Зоосалон «Айрис»
5.6. Иностранные игроки

6. ОБЗОР ПРОЧИХ ИГРОКОВ РЫНКА

6.1. Кинологические, фелинологические клубы и центры
6.2. Гостиницы
6.3. Зоомагазины, зооцентры
6.4. Ветеринарные клиники, ветаптеки, ветстаниции, ветстационары
6.5. Зоотакси
6.6. Ритуальные компании и кладбища

7. АНАЛИЗ КЛИЕНТОВ САЛОНОВ КРАСОТЫ ДЛЯ ЖИВОТНЫХ

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

7.1. Доходы населения Москвы в 2008 г.
7.2. Доходы населения Москвы в 2009 г.
7.3. Сравнительный анализ доходов населения Москвы в 2008-2009 гг.
7.4. Анализ ценовых диапазонов и доходов клиентов

8. СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ САЛОНА

8.1. Стратегия маркетинга с учетом влияния финансового кризиса

СПИСОК ДИАГРАММ

Диаграмма 1. Доли участников рынка японской кухни, Москва, 2008.
Диаграмма 2. Расположение салонов по округам Москвы.
Диаграмма 3. Количество жителей на 1 салон по округам Москвы.
Диаграмма 4. Спортивно-дрессировочные клубы по округам Москвы.
Диаграмма 5. Распределение зоомагазинов и центров по округам Москвы.
Диаграмма 6. Распределение учреждений вет. обслуживания по округам Москвы.

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Список Таблиц

СПИСОК ТАБЛИЦ

Таблица 1. Объем рынка и выручка лидеров, Москва, 2008.
Таблица 2. Средняя стоимость услуг для собак.
Таблица 3. Стоимость одежды для животных.
Таблица 4. Стоимость обуви, аксессуаров и украшений для животных.
Таблица 5. Стоимость косметики для животных.
Таблица 6. Динамика выручки и долей рынка топ-5 игроков, 2008 - 2011 гг.
Таблица 7. Прирост выручки топ-5 игроков и рынка в целом, 2008 - 2011 гг.
Таблица 8. Профили зоосалонов Москвы.
Таблица 9. Динамика выручки сети салонов «Милорд», 2008-2011.
Таблица 10. Динамика доли рынка сети салонов «Милорд», 2008-2011.
Таблица 11. Динамика выручки сети салонов «Iv San Bernard», 2008-2011.
Таблица 12. Динамика доли рынка сети салонов «Iv San Bernard», 2008-2011.
Таблица 13. Динамика выручки груминг-салона «Чарли», 2008-2011.
Таблица 14. Динамика доли рынка груминг-салона «Чарли», 2008-2011.
Таблица 15. Динамика выручки зоосалона «Черная собака», 2008-2011.
Таблица 16. Динамика доли рынка зоосалона «Черная собака», 2008-2011.
Таблица 17. Динамика выручки зоосалона «Айрис», 2008-2011.
Таблица 18. Динамика доли рынка зоосалона «Айрис», 2008-2011.
Таблица 19. Спортивно-дрессировочные клубы.
Таблица 20. Стоимость проживания кошек в гостинице для животных.
Таблица 21. Стоимость услуг в ветеринарных клиниках Москвы.
Таблица 22. Стоимость зоотакси.
Таблица 23. Доходы децильных групп населения Москвы в 2008 г.
Таблица 24. Распределение доходов у 10 % наиболее обеспеченных горожан.
Таблица 25. Распределение доходов у 1 % наиболее обеспеченных горожан.
Таблица 26. Доходы децильных групп населения Москвы в 2009 г.
Таблица 27. Распределение доходов у 10 % наиболее обеспеченных горожан.
Таблица 28. Распределение доходов у 1 % наиболее обеспеченных горожан.
Таблица 29. Сокращение доходов по 10 децильным группам в 2008/2009 гг.
Таблица 30. Децильные отношения в Москве в 2008-2009 гг.
Таблица 31. Рекомендуемые интервалы цен на услуги салонов по ценовым категориям, долл. и руб. в год.
Таблица 32. Соответствие доходов клиентов ценовым категориям.

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Список Графиков

СПИСОК ГРАФИКОВ

График 1. Динамика объема рынка, 2008 - 2011 гг.
График 2. Динамика освоенных долей рынка, 2008 - 2011 гг.
График 3. Динамика выручки топ-5 игроков рынка, 2008 - 2011 гг.
График 4. Динамика относительных долей топ-5 игроков рынка, 2008 - 2011 гг.
График 5. Годовые приросты выручки топ-5 игроков и рынка в целом, 2008 - 2011 гг.
График 6. Динамики количества клиентов салонов для животных, 2008 – 2011 гг.
График 7. Динамики долей топ-5 игроков рынка, 2008 – 2017 гг.
График 8. Доли доходов децильных групп населения Москвы в 2008 г.
График 9. Доли доходов децильных групп населения Москвы в 2009 г.
График 10. Распределение среднедушевых доходов (руб. / мес. / чел.) по децильным группам в 2008 и 2009 гг.
График 11. Распределение среднедушевых доходов (в прожиточных минимумах) по децильным группам в 2008 и 2009 гг.
График 12. Падение среднедушевых доходов (руб. / мес. / чел.) в 2008 г. по сравнению с 2009 г. (в %).
График 13. Падение среднедушевых доходов (в прожиточных минимумах) в 2008 г. по сравнению с 2009 г. (в %).
Гистограмма 1. Расположение зооучреждений по округам Москвы.

+7 (495) 9692718
info@marketpublishers.ru

Оформление заказа

Product name: Салоны красоты для животных в 2008-2011 гг.: потребители и участники рынка

Product link: https://marketpublishers.ru/r/B6EF8A55116RU.html

Цена: 30 000 руб. (Single User License / Electronic Delivery)

If you want to order Corporate License or Hard Copy, please, contact our Customer Service: info@marketpublishers.ru

Payment

To pay by Credit Card (Visa, MasterCard, American Express, PayPal), please, click button on product page https://marketpublishers.ru/r/B6EF8A55116RU.html

To pay by Wire Transfer, please, fill in your contact details in the form below:

Имя:

Фамилия:

Email:

Компания:

Адрес:

Город:

Zip code:

Страна:

Tel:

Факс:

Your message:

**All fields are required

Custumer signature _____

Please, note that by ordering from marketpublishers.com you are agreeing to our Terms & Conditions at https://marketpublishers.com/docs/terms.html

To place an order via fax simply print this form, fill in the information below and fax the completed form to +44 20 7900 3970