

Маркетинговое исследование салонов красоты
Москвы в 2006-2012 гг.: участники рынка (1-я часть)

Маркетинговое исследование салонов красоты Москвы в 2006-2012 гг.: участники рынка (1-я часть)

Дата:	Январь, 2010
Страниц:	76
Цена:	28 000 руб.
Артикул:	B670F1BDF0BRU

По оценкам ЭКЦ «Инвест-Проект», объем рынка услуг салонов красоты Москвы по итогам 2009 года и с учетом кризиса составил *** млн. долл., что соответствует ***% ёмкости рынка и характеризует его как очень насыщенный. При этом, несмотря на кризис, свободная часть рынка салонов красоты Москвы в 2009 году оценивается в \$500 млн.

В 1-й части исследования изучено состояние рынка услуг салонов красоты в динамике с 2006 по 2012 гг.: количество салонов, выручка и доля рынка лидеров, емкость и объем рынка в стоимостном выражении с учетом влияния кризиса, свободная часть рынка.

Исследование позволит участникам рынка определить свое место на рынке, перспективы развития, оценить свободную часть рынка, проанализировать развитие рынка в 2006-2009 гг. и разработать стратегию своей фирмы на 2010-2012 гг., в частности, принять решение об ускоренном развитии или о продаже бизнеса в случае неконкурентоспособности.

Цель исследования – анализ развития рынка за 2006-2007 гг., оценка влияния кризиса в 2008-2009 гг., прогноз развития рынка салонов красоты на период 2010-2012 гг. В результате каждый участник рынка сможет обоснованно оптимизировать свою маркетинговую стратегию на 2010-2012 гг. и обеспечить обществу более полное и качественное удовлетворение его потребностей в уходе и красоте.

Ключевые данные исследования:

- основные экономические параметры рынка – емкость, объем, насыщенность рынка, количество участников рынка, выручки и доли рынка – в динамике с 2006 по 2012 гг. с учетом влияния кризиса;
- влияние кризиса на выручку участников beauty-рынка в стоимостном и долевым выражении;
- прогноз динамики развития рынка по окончании рецессии.

Целевая аудитория исследования:

- владельцы и управляющие салонами;
- компании из смежных сфер деятельности;
- потенциальные игроки рынка и инвесторы.

Формирование выборки

В выборку данного исследования были включены все салоны, предоставляющие услуги на рынке индустрии красоты Москвы, за исключением социально ориентированных парикмахерских. Рейтинг пятерки лидеров строился по рассчитываемой выручке и доле рынка.

* Анализ экономики рынка проведен на основе методологии, специально разработанной ЭКЦ «Инвест-Проект» для исследования потребительских рынков в условиях экономической неопределенности.

Маркетинговое исследование салонов красоты Москвы в 2006-2012 гг. (1-я часть) содержит 76 страниц, 28 таблиц, 8 графиков и 6 диаграмм.

Содержание

1. РЕЗЮМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

2. ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

3. ОБЗОР РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ

3.1. Обзор рынка салонов красоты

Диаграмма 1. Сегментация салонов красоты по уровню услуг.

Диаграмма 2. Сегментация салонов красоты по их возрастам.

3.2. Классификация предприятий индустрии красоты

Таблица 1. Сравнительный анализ салонов красоты по критериям выбора услуг.

График 1. Доли салонов, предоставляющих основные услуги на рынке салонов красоты (%).

3.3. Отличительные характеристики салонов SPA и салонов красоты

Таблица 2. Основные отличия SPA-салонов от салонов красоты.

3.4. Тенденции развития индустрии красоты

3.5. Ценообразование

Таблица 3. Сводная таблица топ-5 игроков.

Таблица 4. Базовый прайс-лист «Персона Lab».

Таблица 5. Базовый прайс-лист «Dessange».

Таблица 6. Базовый прайс-лист «МОНЕ».

Таблица 7. Базовый прайс-лист «Аида».

Таблица 8. Базовый прайс-лист салона красоты «Александр Тодчук».

3.6. Красота по франшизе

3.7. Сезонность посещений салонов красоты

4. ОБЗОР СМЕЖНЫХ РЫНКОВ

4.1. Обзор рынка SPA

Таблица 9. Основные параметры рынка СПА: число заведений, млн. долл. и % рынка, 2007.

Таблица 10. Перечень наиболее известных SPA-салонов Москвы.

4.2. Обзор рынка соляриев

Диаграмма 3. Распределение соляриев по округам Москвы.

Таблица 11. Перечень брендовых московских соляриев.

4.3. Обзор рынка фитнеса

Таблица 12. Основные параметры рынка фитнеса: число заведений, площадь, средний чек, год основания.

Диаграмма 4. Доли участников рынка фитнеса, 2008, %.

Таблица 13. Перечень московских фитнес-клубов.

5. ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ РЫНКА САЛОНОВ КРАСОТЫ, 2009

5.1. Объем и емкость рынка салонов красоты, 2009

Таблица 14. Основные параметры рынка услуг салонов красоты: число салонов, \$ млн. и % рынка, 2009.

Диаграмма 5. Доли участников рынка, \$ млн. и % (2009).

6. ДИНАМИКА РЫНКА, 2006 - 2012

6.1. Динамика рынка салонов красоты с учетом кризиса, 2006 – 2012

График 2. Динамика количества посетителей салонов красоты Москвы, 2006 – 2012 гг.

График 3. Динамика объема рынка, 2006 – 2012, млн. долл. в год.

График 4. Динамика освоенной доли рынка и относительных долей игроков, %, 2006 - 2012 гг.

График 5. Динамика выручки топ-5 игроков рынка, 2006 – 2012, млн. долл. в год.

Таблица 15. Динамика выручки и долей рынка топ-5 игроков, 2006 - 2012 гг.

График 6. Динамика относительных долей топ-5 игроков рынка, 2006 - 2012 гг.

График 7. Годовые приросты выручки топ-5 игроков и рынка в целом, 2006 - 2012 гг.

Таблица 16. Прирост выручки топ-5 игроков и рынка в целом, 2007 - 2012 гг.

График 8. Динамика долей топ-5 игроков рынка, 2006 – 2015 гг.

7. АНАЛИЗ ЛИДЕРОВ РЫНКА

Таблица 17. Наиболее известные бренды на beauty-рынке Москвы.

Диаграмма 6. Распределение салонов красоты по округам Москвы.

7.1. Сеть имидж-лабораторий «Персона Lab»

Таблица 18. Выручка «Персона Lab», 2006-2012, млн. долл.

Таблица 19. Доля рынка «Персона Lab», 2006-2012, %.

7.2. Сеть салонов красоты «Моне»

Таблица 20. Выручка «Моне», 2006-2012, млн. долл.

Таблица 21. Доля рынка «Моне», 2006-2012, %.

7.3. Сеть салонов красоты «Dessange»

Таблица 22. Выручка «Dessange», 2006-2012, млн. долл.

Таблица 23. Доля рынка «Dessange», 2006-2012, %.

7.4. Сеть салонов красоты «Camille Albane»

Таблица 24. Цены на услуги салона «Camille Albane».

Таблица 25. Выручка «Camille Alban», 2006-2012, млн. долл.

Таблица 26. Доля рынка «Camille Alban», 2006-2012, %.

7.5. Сеть салонов красоты класса люкс «Александр Тодчук»

Таблица 27. Выручка «Александр Тодчук», 2006-2012, млн. долл.

Таблица 28. Доля рынка «Александр Тодчук», 2006-2012, %.

7.6. ПРОЧИЕ ИГРОКИ

8. МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ

8.1. Стратегия бизнеса на 2010-2012 гг.

О разработчиках и методологии ЭКЦ «Инвест-Проект»

Оформление заказа:

Название:	Маркетинговое исследование салонов красоты Москвы в 2006-2012 гг.: участники рынка (1-я часть)
Ссылка:	http://marketpublishers.ru/r/B670F1BDF0BRU.html
Артикул:	B670F1BDF0BRU
Цена:	28 000 руб. (Single User License / Electronic Delivery)

В случае приобретения Corporate License или печатной версии, пожалуйста, обратитесь в службу поддержки покупателей по электронному адресу office@marketpublishers.ru

Оплата

Для оплаты по кредитной карте (Visa, MasterCard, American Express, PayPal) используйте кнопку "BUY NOW" на странице <http://marketpublishers.ru/r/B670F1BDF0BRU.html>

Для осуществления денежного перевода (Wire Transfer), пожалуйста, внесите Ваши контактные данные в форму:

Имя:
Фамилия:
E-mail:
Компания:
Адрес:
Город:
Индекс:
Страна:
Телефон:
Факс:
Комментарии:

* Все поля обязательны к заполнению

ПОДПИСЬ _____

При оформлении заказа на сайте MarketPublishers.ru, Вы соглашаетесь с условиями публичного договора оферты, размещенного на http://marketpublishers.ru/docs/terms_conditions.html

Для размещения заказа по факсу, пожалуйста, распечатайте форму, внесите необходимые данные и отправьте по факсу **+44 20 7900 3970**