

Анализ московского рынка фитнеса: потребители и участники рынка, 2006-2011

Анализ московского рынка фитнеса: потребители и участники рынка, 2006-2011

Дата:	Декабрь, 2008
Страниц:	42
Цена:	30 900 руб.
Артикул:	F6A0FF5DDC3RU

Анализ московского рынка фитнеса: «потребители и участники рынка, 2006-2011» проведен специалистами ЭКЦ «Инвест-Проект» в сентябре – октябре 2008 г.

В данном анализе в дополнение к обычному взгляду на рынок с точки зрения компаний-участников, дается информация и с точки зрения финансовых характеристик потребителей фитнес-услуг. По каким ценам они покупают, при каких среднедушевых доходах в семье, в каких объемах, а также сколько покупателей имеют соответствующие доходы для данной услуги. Исследование содержит подробную сегментацию распределения затрат на фитнес – по 30 целевым доходным группам и по 6 ценовым категориям.

По нашим оценкам, московский рынок услуг фитнеса в 2008-2011 годах продолжит свое развитие при сохранении умеренных темпов роста.

Цель анализа – представить участникам рынка его динамику и прогноз развития на основе существующих тенденций. В результате каждый участник рынка сможет усилить свои конкурентные преимущества, обоснованно оптимизировать свою маркетинговую стратегию на 2009-2011 гг., обеспечить обществу более полное и качественное удовлетворение его потребностей в здоровье и красоте.

Методы исследования:

- анализ открытой вторичной информации,
- телефонный опрос участников рынка,
- эксклюзивные методики ЭКЦ «Инвест-Проект».

Ключевые данные:

- прогноз фактического объема и емкости рынка за период с 2006 по 2011 гг. с учетом ожидаемого реального платежеспособного спроса;
- анализ выручки 5 лидеров рынка (в долл. и % от объема рынка) за период с 2006 по 2011 гг.;
- распределение доходов и затрат населения Москвы по 10 децильным группам, по 10 однопроцентным подгруппам для 10-й децильной группы и по десяти 0,1%-ным подгруппам для верхней однопроцентной подгруппы;
- рекомендуемые размеры «среднего чека» по 5 ценовым категориям: «премиум», «люкс», «бизнес», «средний класс», «демократичный» и дополнительно «эконом» (т.н. «качалки» по цене 500 руб. в месяц) на основе реальных денежных доходов потребителей;
- оценка объемов продаж во всех указанных целевых доходных группах потребителей.

Также проанализированы принятые наименования ценовых категорий и рекомендованы соответствующие им целевые группы потребителей в зависимости от их доходов и затрат на услуги фитнес-центров:

- в ценовой категории «**премиум**» – от *** до *** руб. в год (относительно свободная ценовая ниша);
- в ценовой категории «**люкс**» – от *** до *** руб. в год («World Class», «OrangeFitness»);
- в ценовой категории «**бизнес-класс**» – от *** до *** руб. в год (относительно свободная ценовая ниша);
- в ценовой категории «**средний класс**» – от *** до *** руб. в год («Планета Фитнес», «CityFitness»);

- в ценовой категории «**демократичная**» – от *** до *** руб. в год («Империя Фитнеса»);
- в ценовой категории «**бюджетная**» – от *** до *** руб. в год (т.н. «качалки»).

Анализ интервалов цен на услуги фитнеса по ценовым категориям позволяет более точно выстраивать ценовую политику компании, более обоснованно определять цены на клубные карты и абонементы, 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.

Среднедушевые доходы клиентов сетей «Планета Фитнес», «CityFitness» находятся в диапазоне от *** до *** тыс. руб. / мес. / чел., а клиентов более дорогой сети «World Class» – от *** до *** тыс. руб. / мес. / чел. Определен также объем рынка фитнеса по каждой из 10 децильных групп и выявлено, что лица с доходами до *** тыс. руб. / мес. / чел. не пользуются услугами фитнес-центров из-за недостаточного уровня дохода, а лица с доходами свыше *** тыс. руб. / мес. / чел. не заинтересованы в услугах фитнес-центров как в связи с низкой воспринимаемой ценностью занятий фитнесом в обществе представителей менее обеспеченных децильных групп, так и в связи с отсутствием свободного времени для регулярных занятий.

Содержание

1. РЕЗЮМЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

2. ОБЪЕМ И ЕМКОСТЬ МОСКОВСКОГО РЫНКА ФИТНЕСА, 2008

3. ДИНАМИКА ОБЪЕМА РЫНКА ФИТНЕСА, 2006-2011

4. АНАЛИЗ ЛИДЕРОВ РЫНКА

- 4.1. Сеть фитнес-клубов №1 «WORLD CLASS»
- 4.2. Сеть спортивно-оздоровительных клубов «ПЛАНЕТА ФИТНЕС»
- 4.3. Сеть спортивных клубов «CITYFITNESS»
- 4.4. Сеть спортивных клубов «ORANGEFITNESS»
- 4.5. Сеть спортивных клубов для всей семьи «ИМПЕРИЯ ФИТНЕСА»
- 4.6. Перечень заведений фитнеса Москвы

5. ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ФИТНЕС-УСЛУГ

- 5.1. Финансовые характеристики целевых групп потребителей фитнеса
- 5.2. Распределение среднедушевых доходов москвичей и затрат потребителей на фитнес

6. МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ФИТНЕСА

СПИСОК ТАБЛИЦ

- Таблица 1. Основные параметры рынка лидеров: число заведений, площадь, средний чек, год основания.
- Таблица 2. Динамика выручки и долей рынка топ-5 игроков, 2006-2011 гг.
- Таблица 3. Приросты выручки топ-5 игроков и рынка в целом, 2006-2011 гг.
- Таблица 4. Выручка и доля рынка сети «World Class», 2006-2011, долл. и %.
- Таблица 5. Адреса клубов «World Class» в Москве.
- Таблица 6. Выручка и доля рынка сети «Планета Фитнес», 2006-2011, долл. и %.
- Таблица 7. Адреса клубов «Планета Фитнес» в Москве.
- Таблица 8. Выручка и доля рынка сети «CityFitness», 2006-2011, долл. и %.
- Таблица 9. Адреса клубов «CityFitness» в Москве.
- Таблица 10. Адреса сети «Orange Fitness» в Москве.
- Таблица 11. Выручка и доля сети «Orange Fitness», 2006-2011 гг., млн. долл. и %.

- Таблица 12. Выручка и доля рынка сети «Империя Фитнеса», 2006-2011, долл. и %.
- Таблица 13. Адреса сети фитнес-клубов «Империя Фитнеса» в Москве.
- Таблица 14. Перечень заведений фитнеса Москвы.
- Таблица 15. Рекомендуемые интервалы цен на услуги фитнеса по ценовым категориям, долл. и руб. в год.
- Таблица 16. Соответствие среднедушевых доходов посетителей ценовым категориям фитнеса.
- Таблица 17. Доходы децильных групп населения Москвы и их затраты на фитнес в январе - мае 2008 года.
- Таблица 18. Распределение доходов и затрат на фитнес у 10 % наиболее обеспеченных горожан.
- Таблица 19. Распределение доходов и затрат на фитнес 1 % наиболее обеспеченных горожан.

СПИСОК ГРАФИКОВ

- График 1. Динамика численности посетителей фитнеса, 2006-2011.
- График 2. Динамика объема рынка, 2006-2011 гг.
- График 3. Динамика освоения рынка, 2006-2011 гг., %.
- График 4. Динамика выручки топ-5 игроков рынка, 2006-2011 гг.
- График 5. Динамика относительных долей топ-5 игроков рынка, 2006-2011 гг.
- График 6. Годовые приросты выручки топ-5 игроков и рынка в целом, 2006-2011 гг.
- График 7. Динамики долей топ-5 игроков рынка, 2000 – 2015 гг.

СПИСОК ДИАГРАММ

- Диаграмма 1. Доли участников рынка, 2008, %.
- Диаграмма 2. Доли доходов децильных групп населения Москвы в 2008 г.

Оформление заказа:

Название: Анализ московского рынка фитнеса: потребители и участники рынка, 2006-2011
Ссылка: <http://marketpublishers.ru/r/F6A0FF5DDC3RU.html>
Артикул: F6A0FF5DDC3RU
Цена: 30 900 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/F6A0FF5DDC3RU.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**