|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **РОССИЙСКИЙ РЫНОК услуг салонов красоты 2018. Тенденции рынка** |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета | 12.09.2018 |
| Количество страниц | 99 стр. |
| Язык отчета | русский |
| Стоимость (руб.) | 35 000 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 | **Цель исследования:** анализ текущей ситуации на рынке услуг салонов красоты.  **Задачи исследования:**   * Описание макроэкономической ситуации на Рынке * Выделение основных сегментов Рынка * Определение основных количественных характеристик Рынка * Описание структуры Рынка * Выявление основных игроков на Рынке * Выявление основных факторов, влияющих на Рынок  Описание типа исследования: Данный отчет написан по результатам кабинетного исследования. Кабинетное исследование представляет собой вид качественного маркетингового исследования, направленного на поиск и анализ данных, содержащихся в открытых источниках информации.  **Выдержки из исследования:**  …  Услуги парикмахерские и косметические занимают …% в структуре платных услуг.  Рынок платных бытовых услуг увеличивался ежегодно с 2014 по 2016 год, однако в 2016 году темп роста замедлился, а в 2017 году показатель сократился на …% до ….. руб. В первые семь месяцев 2018 года объем рынка бытовых услуг составил …. руб., что на …% больше, чем за аналогичный период 2017 года, таким образом, при сохранении подобной тенденции в 2018 году рынок достигнет показателя ….. руб.  Наибольший объем рынка приходится на регион с наиболее многочисленным населением – …. федеральный округ.  Темпы роста продаж косметики в России восстанавливаются после падения в 2014 и 2015 году. В 2017 году показатель увеличился на ….% и достиг значения 2013 года – ….. руб. Импортная косметика и парфюмерия занимает …. % от общего объема российского рынка, что является высоким показателем для страны.  Происходит ежегодный рост средней стоимости услуг салонов красоты, однако, с 2016 года его темп сокращается. В 2017 году показатель снизился на ….% до …. руб./услуга.  Цена модельной стрижки в женском зале в 2017 году увеличилась на …% до …. руб./услуга после существенного прироста в 2016 году (на …%). Темпы прироста последние четыре года составили ….%. В январе – июле 2018 года показатель увеличился на …% к аналогичному периоду 2017 года до …. руб./услуга.  Стоимость мужской модельной стрижки в 2017 году выросла на ….% до …. руб./услуга, темпы прироста последние четыре года составили ….%. В январе – июле 2018 года показатель увеличился на …% к аналогичному периоду 2017 года до …. руб./услуга.  Наиболее крупным сегментом является средний ценовой сегмент (….%), еще ….% приходится на низкий ценовой сегмент.  ….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | 1 | **Содержание** | | |  | | 2 | **Введение** | | | **4** | | 3 | **Методологическая часть** | | | **5** | |  | 3.1 | *Описание типа исследования* | | *5* | |  | 3.2 | *Объект исследования* | | *5* | |  | 3.3 | *Цели и задачи исследования* | | *5* | |  | 3.4 | *География исследования* | | *5* | |  | 3.5 | *Время проведения исследования* | | *5* | |  | 3.6 | *Методы сбора данных* | | *6* | | 4 | **Макроэкономическая конъюнктура** | | | **7** | | 5 | **Описание отрасли** | | | **16** | |  | 5.1 | *Описание отрасли платных бытовых услуг* | | *16* | |  | 5.2 | *Описание влияющего рынка. Рынок косметики* | | *19* | | 6 | **Сегментация рынка салонов красоты** | | | **23** | |  | 6.1 | *Основные определения* | | *23* | |  | 6.2 | *Сегментирование услуги на Рынке* | | *23* | |  |  | 6.2.1 | Сегментирование по типу | 23 | |  |  | 6.2.2 | Сегментирование по классу | 23 | |  |  | 6.2.3 | Сегментирование по широте оказания косметологических услуг | 24 | |  |  | 6.2.4 | Сегментирование по формату услуг | 25 | |  |  | 6.2.5 | Сегментирование заведений по времени работы | 26 | |  |  | 6.2.6 | Сегментирование по размеру заведения | 27 | |  | 6.3 | *Основные принципы ценообразования* | | *27* | |  |  | 6.3.1 | Стоимость услуг | 28 | |  |  | 6.3.2 | Ценовое сегментирование услуги | 34 | |  |  | 6.3.3 | Тенденции в ценовых сегментах | 38 | | 7 | **Основные количественные характеристики рынка** | | | **40** | |  | 7.1 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | | *40* | |  | 7.2 | *Прогноз развития рынка* | | *45* | |  | 7.3 | *Влияние сезонности на Рынок* | | *51* | |  | 7.4 | *Основные тенденции рынка* | | *52* | | 8 | **Сбытовая структура Рынка** | | | **54** | |  | 8.1 | *Краткое описание основных сегментов участников Рынка* | | *54* | |  |  | 8.1.1 | Система сбыта | 56 | |  |  | 8.1.2 | Особенности работы с клиентами | 57 | | 9 | **Конкурентный анализ** | | | **59** | |  | 9.1 | *Конкуренция между крупнейшими компаниями* | | *59* | |  |  | 9.1.1 | Описание профилей компаний | 59 | |  |  | 9.1.2 | Сравнительная характеристика основных производителей на рынке | 74 | |  |  | 9.1.3 | Резюме | 78 | |  | 9.2 | *Тенденции в конкуренции между игроками рынка* | | *78* | | 10 | **Анализ потребителей** | | | **81** | |  | 10.1 | *Сегментация потребителей* | | *81* | |  |  | 10.1.1 | Потребители в сегменте B2C | 81 | |  |  | 10.1.2 | Потребление в сегменте b2b | 81 | |  |  | 10.1.3 | Потребительские предпочтения | 82 | |  | 10.2 | *Медиа-предпочтения потребителей* | | *86* | |  | 10.3 | *Потребительские мотивации и поведение при покупке* | | *87* | |  | 10.4 | *Основные тенденции в потребительском сегменте* | | *88* | | 11 | **Обобщающие выводы по отчету** | | | **90** | |  |  | 11.1.1 | STEP-анализ Рынка | 90 | |  |  | 11.1.2 | Факторы, благоприятствующие развитию Рынка | 94 | |  |  | 11.1.3 | Сдерживающие факторы Рынка. Анализ рисков | 95 | |  |  | 11.1.4 | *Анализ рисков* | *96* | |  | 11.1 | *Текущая ситуация и перспективы развития рынка* | | *97* | |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Динамика ВВП в текущих ценах, 2014-2017 гг. и 2018 – 2019 гг прогноз, трлн. руб.  Диаграмма 2. Темпы роста промышленного производства, 2011-2017 гг., %  Диаграмма 3. Динамика объема инвестиций в основной капитал, 2010-2017 гг., трлн руб., %  Диаграмма 4. Инфляция в 2011-2017 гг., %  Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли, 2011-2017 гг. трлн руб.  Диаграмма 6. Среднедушевые денежные доходы населения 2011 – 2017 гг., руб.  Диаграмма 7. Среднедушевые денежные доходы населения 2017г. руб.  Диаграмма 8. Динамика и темпы прироста рынка бытовых услуг в денежном выражении в России в 2013 – 2017 гг., млрд. руб., %  Диаграмма 9. Структура объема рынка бытовых услуг в России в денежном выражении в 2017 году по регионам, %  Диаграмма 10. Объем и темпы прироста российского рынка косметических изделий в стоимостном выражении в 2013 - 2017 гг., млрд. руб., %  Диаграмма 11. Динамика и темпы прироста средней стоимости основных услуг салонов красоты в России в 2013 – 2017 гг., руб./услуга, %  Диаграмма 12. Динамика и темп прироста средней стоимости услуги салонов красоты в 2013 – 2017 гг., руб./услуга, %  Диаграмма 13. Структура российского рынка услуг салонов красоты по ценовым сегментам в 2017 году, %  Диаграмма 14. Объем российского рынка салонов красоты и парикмахерских в денежном выражении в 2013-2017 гг., млрд. рублей, %  Диаграмма 15. Объем российского рынка салонов красоты и парикмахерских в натуральном выражении в 2013-2017 гг., млн. услуг %  Диаграмма 16. Прогноз объема рынка услуг салонов красоты и парикмахерских в 2018 году, млрд. руб., %  Диаграмма 17. Доля объема рынка услуг салонов красоты и парикмахерских в денежном выражении по месяцам 2017 года, %  Диаграмма 18. Наиболее востребованные среди потребителей услуги салона красоты  Диаграмма 19. Наиболее значимые для потребителей факторы выбора салона красоты  Диаграмма 20. Наиболее значимые для потребителей факторы выбора салона красоты  Диаграмма 21. Ответы респондентов на вопрос «На что вы ориентируетесь при выборе нового салона красоты?»  Таблица 1. Особенности формирования цен в сфере услуг  Таблица 2. Стоимость основных видов услуг салонов красоты по регионам России в 2017 году, руб./услуга  Таблица 3. Расчет средней стоимости услуги в салонах красоты и парикмахерских в 2013 – 2017 гг.  Таблица 4. Основные особенности салонов красоты в зависимости от ценового сегмента  Таблица 5. Объем и структура рынка салонов красоты и парикмахерских в денежном выражении в 2017 году по регионам России, %  Таблица 6. Прогноз объема и структуры рынка салонов красоты и парикмахерских в денежном выражении в 2018 году по регионам, %  Таблица 7. Финансовые показатели ООО «Моне Премиум» в 2015 – 2016 гг., тыс. руб., %  Таблица 8. Финансовые показатели ООО «Топган» в 2016 году, тыс. руб.  Таблица 9. Сравнительная характеристика основных производителей на рынке  Таблица 10. STEP-анализ рынка услуг салонов красоты  Таблица 11. Возможные риски, связанные с Рынком  Схема 1. Схема предоставления услуги |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | ГИ салоны красоты 2018.pdf |

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) **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](http://www.step-by-step.ru/) 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](http://www.step-by-step.ru/) 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](http://www.step-by-step.ru/) – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**