Маркетинговое Агентство Step by Step
109004, г. Москва, Николоямский пер. д.3А, стр.2
Тел. +7 (495) 912-48-17, +7 (985) 760-50-73, www.step-by-step.ru

Название отчета	**КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МОСКОВСКОГО РЫНКА СЕТЕЙ ФИТНЕС-ЦЕНТРОВ**
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step
Дата выхода отчета	31.10.2012
Количество страниц	75 стр.
Язык отчета	русский
Стоимость (руб.)	25 000 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 штор **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 • Выявление основных тенденций Рынка • Описание потребителей на Рынке **Выдержки из исследования:** По проведенным специалистами ГК Step by Step расчетам установлено, что в 2011 году вероятный оборот фитнес индустрии в РФ составил от …. до ….млрд. USD, совокупная выручка фитнес центров в РФ оценивается на уровне …. млрд. USD. Значительное влияние на российский рынок фитнес-клубов оказывают следующие рынки: • …….. • …….. Реальные располагаемые денежные доходы в августе 2012г. по сравнению с соответствующим периодом предыдущего года увеличились на ….%, в январе-августе 2012г. - на ….%. Российский рынок фитнес-услуг имеет достаточный потенциал роста, если учесть, что в России фитнесом занимается всего …% населения, тогда как, в США - …% населения, а в Великобритании - …%.
Подробное оглавление/содержание отчета	1 **Введение** **4** 2 **Список используемых терминов** **5** 3 **Методологическая часть** **7** 3.1 *Описание типа исследования* *7* 3.2 *Объект исследования* *7* 3.3 *Цели и задачи исследования* *7* 3.4 *География исследования* *7* 3.5 *Время проведения исследования* *7* 3.6 *Методы сбора данных* *7* 4 ***Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок*** **9** 4.1 *Общеэкономическая ситуация в России* *9* 4.1.1 Валовой внутренний продукт 9 4.1.2 Промышленное производство 12 4.1.3 Уровень инфляции 13 4.1.4 Уровень доходов населения 14 4.1.5 Инвестиции 17 4.1.6 Розничная торговля 18

4.1.7	Влияние макроэкономических факторов на развитие изучаемого рынка	20
5	**Определение отрасли**	**21**
5.1	*Фитнес-индустрия*	*21*
5.1.1	Структура отрасли	21
5.2	*Фитнес центры*	*22*
5.2.1	Сегментация рынка	22
5.2.2	Объем рынка	22
5.2.3	Тенденции отрасли	24
5.2.4	Описание влияющих Рынков	25
5.2.5	Описание смежных рынков	26
6	**Московский рынок сетей фитнес клубов**	**31**
6.1	*Сегментация рынка*	*31*
6.1.1	Определение продукции	31
6.1.2	Сегментация фитнес клубов	31
6.1.3	Сегментация услуги	32
6.2	*Основные тенденции*	*37*
6.3	*Основные количественные характеристики Рынка*	*39*
6.3.1	Объем и емкость Рынка	39
6.3.2	Темпы роста Рынка	40
6.3.3	Влияние сезонности на Рынок	41
6.3.4	Тенденции развития Рынка	42
6.4	*Структура рынка*	*43*
6.4.1	Краткое описание основных сегментов участников Рынка	43
6.4.2	Структура фитнес-клубов по цене	43
6.4.3	Структура фитнес-клубов по структуре	44
6.4.4	Структура фитнес-клубов по размеру	46
6.5	*Основные принципы ценообразования*	*46*
6.6	*Конкурентный анализ*	*48*
6.6.1	Основные параметры конкуренции	48
6.6.2	Основные производители. Описание профилей крупнейших компаний	49
6.6.3	Сравнительная характеристика крупнейших игроков рынка	54
6.6.4	Резюме	58
6.6.5	Тенденции в направлении конкуренции между крупнейшими производителями	59
6.7	*Анализ потребителей*	*60*
6.7.1	Описание потребителей	60
6.8	*Описание потребителей B2C*	*60*
6.9	*Описание потребителей B2B*	*66*
6.9.1	Важность критериев при выборе фитнес-клуба и фитнес-услуги	67
6.9.2	Основные тенденции в потребительском сегменте	68
7	**Обобщающие выводы по отчету**	**70**
7.1	*Факторы, влияющие на развитие Рынка*	*70*
7.1.1	Step-анализ Рынка	70

	7.2 *Анализ рисков* 71 7.3 *Ситуация на рынке на сегодняшний день* 72 7.4 *Общие выводы по отчету* 73
Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков	Диаграмма 1. Динамика изменений объемов ВВП, 2002-2012 гг. (прогноз), млрд. RUR Диаграмма 2. Динамика цепных темпов прироста ВВП за 2002 -2012гг., % Диаграмма 3. Динамика темпов прироста ВВП в ценах 2002 года по базису 2002 года за 2002 -2012гг., % Диаграмма 4. Индексы физического объема ВВП (в процентах к соответствующему кварталу предыдущего года), 2010 - 2 квартал 2012 гг. Диаграмма 5. Индекс промышленного производства в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2011 – первый квартал 2012 гг. Диаграмма 6. Уровень инфляции 2003-2012 (прогноз) гг., % Диаграмма 7. Среднемесячная заработная плата за 2011 – 8 мес. 2012 года, тыс. RUR. Диаграмма 8. Динамика темпов прироста среднемесячной заработной платы за 8 мес. 2012 года к аналогичному периоду 2011 года, % Диаграмма 9. Динамика физического объема инвестиций в основной капитал, в 2012 г., в % к соответствующему периоду предыдущего года Диаграмма 10. Оборот розничной торговли за 2011 год - 8 мес. 2012 года, млрд. RUR Диаграмма 11. Динамика темпов прироста среднедневного оборота розничной торговли за 8 мес. 2012 года Диаграмма 12. Структура российского рынка фитнес-услуг по регионам, 2011г. Диаграмма 13. Динамика числа фитнес-клубов в России с 2007 по 2012 гг. Диаграмма 14. Количество человек занимающихся физической культурой и спортом, тыс. человек, 2011-2012 гг. прогноз до 2016 г., Диаграмма 15. Что готов сделать россиянин для поддержания здорового образа, % Диаграмма 16. Предпочтение потребителей среди товаров для здоровья, % Диаграмма 17. Предпочтения потенциальных клиентов по спортивных занятиям Диаграмма 18. Доля россиян, занимающихся физкультурой и спортом, 2012г., % Диаграмма 19. Предпочтение потребителей в выборе места для занятия спортом, % Таблица 1. Коэффициент приведения уровня инфляции для расчета темпов прироста среднемесячной заработной платы Таблица 2. Оценка возможного влияния макроэкономических факторов на рынок семейных досуговых центров Таблица 3. Исходные и расчетные данные п определению вероятного объема рынка, млрд. USD Таблица 4. Ценовая сегментация потребителей Таблица 5. Сравнительная характеристика игроков рынка по основным параметрам Таблица 6. STEP анализ Рынка Таблица 7. Возможные риски, связанные с Рынком Схема 1. Целевая модель фитнес индустрии
Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)	В печатном/ электронном формате
Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)	ГИ_РМ_СФЦ_2012.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.**