

Название отчета	КАБИНЕТНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МОСКОВСКОГО РЫНКА СЕМЕЙНЫХ ДОСУГОВЫХ ЦЕНТРОВ	
Название компании-исполнителя	Группа компаний Step by Step	
Дата выхода отчета	06.11.2012	
Количество страниц	71 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	<p>Цель исследования: анализ текущей ситуации на рынке</p> <p>Задачи исследования:</p> <ul style="list-style-type: none"> • выделение основных сегментов Рынка; • определение основных количественных характеристик Рынка; • выявление основных игроков на Рынке; • выявление основных факторов, влияющих на Рынок; • выявление основных тенденций развития Рынка • описание потребителей услуг предприятий Рынка. <p>Выдержки из исследования: В результате расчетов получено, что вероятный объем московского рынка семейных досуговых центров в 2011 году мог составить не более млрд. RUR. Лишь...% московского рынка СДЦ не охвачено сетями. Лидирующие сети:</p> <ul style="list-style-type: none"> • • • • <p>По мнению экспертов, основные тенденции в сфере развлекательных услуг на ближайшие 2-3 года будут следующие:</p> <ul style="list-style-type: none"> • • • <p>Оборот рынка развлечений в России в 2011 году мог составлять млрд. RUR, В результате расчетов специалистами ГК Step by Step максимальная емкость рынка семейных досуговых центров оценивалась в 2011 году в млрд. RUR.</p>	
Подробное оглавление/содержание отчета	<p>1 Введение 4</p> <p>1.1 <i>Список используемых терминов и сокращений</i> 5</p> <p>1.2 <i>Методологическая часть</i> 7</p> <p>1.3 <i>Описание типа исследования</i> 7</p> <p>1.4 <i>Объект исследования</i> 7</p> <p>1.5 <i>Цели и задачи исследования</i> 7</p> <p>1.6 <i>География исследования</i> 7</p> <p>1.7 <i>Время проведения исследования</i> 7</p> <p>1.8 <i>Методы сбора данных</i> 8</p> <p>2 Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок 9</p> <p>2.1 <i>Общеэкономическая ситуация в России</i> 9</p> <p>2.1.1 <i>Валовой внутренний продукт</i> 9</p> <p>2.1.2 <i>Промышленное производство</i> 12</p> <p>2.1.3 <i>Уровень инфляции</i> 13</p> <p>2.1.4 <i>Уровень доходов населения</i> 14</p> <p>2.1.5 <i>Инвестиции</i> 17</p>	

	2.1.6	Розничная торговля	18
		Влияние макроэкономических факторов на развитие изучаемого рынка	20
	2.1.7		
	2.1.8	Объем и структура рынка	22
	2.2	<i>Российский рынок общественного питания</i>	24
	2.2.1	Объем и структура рынка	24
	2.2.2	Тенденции развития рынка в 2012 году	29
	2.2.3	Оценка оборота заведений общественного питания в развлекательном сегменте	30
	3	Описание влияющих и смежных рынков	33
	3.1	<i>Описание влияющих Рынков</i>	33
	3.2	<i>Московский рынок арендной недвижимости в ТРЦ</i>	33
	3.3	<i>Описание смежных рынков</i>	36
	3.4	<i>Рынок кинотеатров</i>	36
	3.5	<i>Театры, музеи, галереи, концерты</i>	39
	4	Сегментация рынка	40
	4.1	<i>Сегментирование</i>	40
		Сегментирование по формату	40
	4.1.1	развлекательного бизнеса	40
	4.1.2	Сегментирование по формату (способу размещения)	40
	4.1.3	Сегментирование по целевой аудитории	41
	4.1.4	Тенденции в различных сегментах	42
	4.2	<i>Основные принципы ценообразования</i>	50
	4.2.1	Ценовое сегментирование	50
	4.2.2	Тенденции в ценовых сегментах	51
	5	Основные количественные характеристики Рынка	52
	5.1	<i>Объем и емкость рынка</i>	52
	5.2	<i>Влияние сезонности на Рынок</i>	55
	6	Конкурентный анализ	56
	7	Анализ потребителей	65
	7.1	<i>Сегментация потребителей</i>	65
	7.1.1	Потребители в сегменте В2С	65
	7.1.2	Потребители в сегменте В2В	65
	7.2	<i>Основные тенденции в потребительском сегменте</i>	66
	8	Факторы, влияющие на развитие Рынка	67
	8.1	<i>Факторы, благоприятствующие развитию Рынка</i>	67
	8.1.1	Благоприятствующие факторы	67
	8.1.2	Сдерживающие факторы Рынка/анализ рисков	70
	8.2	<i>Текущая ситуация и перспективы развития рынка</i>	70
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.		

	<p> 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. Динамика объемы российского рынка общественного питания в 2007-2011 гг., млрд. RUR. Диаграмма 13. Распределение оборота рынка общественного питания по кварталам в 2007-2011 гг., млрд. RUR. Диаграмма 14. Средние цены на обед в кафе, закусочной (кроме столовых в организациях), на 1 человека по Российской Федерации в январе – августе 2011-2012 гг., RUR. Диаграмма 15. Структура рынка общественного питания по форматам в 2011 г. Диаграмма 16. Функциональная структура торгово-развлекательных центров Москвы Таблица 1. Коэффициент приведения уровня инфляции для расчета темпов прироста среднемесячной заработной платы Таблица 2. Оценка возможного влияния макроэкономических факторов на московский рынок семейных досуговых центров Таблица 3. Исходные и расчетные данные для определения оборота российского рынка развлечений Таблица 4. Структура оборота российского рынка общественного питания по регионам в 2011 г., млрд. RUR Таблица 5. Количество и структура предприятий общественного питания (на 1 января 2011г.). Таблица 6. Тенденции развития российского рынка общественного питания в 2012 году Таблица 7. Исходные и расчетные данные для определения оборота сетевого сегмента семейных кафе из сегмента питания развлекательного туризма в 2011 году Таблица 8. Исходные и расчетные данные для определения оборота сетевого сегмента заведений сопоставимых по формату размещения с СДЦ в 2011 году Таблица 9. Объём площадей в ТЦ Москвы на 04.2012 г. Таблица 10. Ставки аренды для якорных операторов в Москве Таблица 11. Крупнейшие операторы кинотеатров по количеству залов в Москве Таблица 12. Исходные и расчетные данные для определения объема московского рынка семейных досуговых центров в 2011 году Таблица 13. Исходные и расчетные данные для определения емкости рынка семейных досуговых центров в 2011 году Таблица 14. Сравнительная характеристика основных игроков рынка Таблица 15. STEP-анализ рынка туризма (благоприятствующие факторы) Таблица 16. Сводная таблица проектируемых и открытых ТРЦ в Москве в 2010-2013 гг. Таблица 17. STEP-анализ рынка туризма (сдерживающие факторы) Схема 1. Пакет услуг московского рынка семейных досуговых центров </p>
<p>Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба)</p>	<p>В печатном/ электронном формате</p>
<p>Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде)</p>	<p>ГИ_МР_СДЦ_2012.pdf</p>

Маркетинговое Агентство Step by Step

109004, г. Москва, Николаямский пер. д.3А, стр.2

Тел. +7 (495) 912-48-17, +7 (985) 760-50-73, www.step-by-step.ru



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.**