**ООО «Управляющая компания «Резон»**

**Маркетинговое исследование российского и воронежского рынка фитнес услуг (демо-версия)**



**Воронеж 2014**

# Содержание

[1. Рынок фитнес - услуг России 4](#_Toc374692383)

[1.1 Характеристики рынка 4](#_Toc374692384)

[1.1.1 Объем рынка 4](#_Toc374692385)

[1.1.2 Бизнес - тенденции отрасли 6](#_Toc374692386)

[1.1.3 Структура рынка 7](#_Toc374692387)

[1.1.4 Спрос на услуги фитнеса в РФ 8](#_Toc374692388)

[1.1.5 Портрет потребителя 10](#_Toc374692389)

[1.1.6 Уровень конкуренции на рынке 12](#_Toc374692390)

[1.1.7 Барьеры входа в отрасль 14](#_Toc374692391)

[1.1.8 Характер интеграции в отрасли 15](#_Toc374692392)

[1.1.9 Прогноз развития рынка 16](#_Toc374692393)

[1.2 Особенности ведения бизнеса на рынке фитнес - услуг 18](#_Toc374692394)

[1.2.1 Способы организации бизнеса 18](#_Toc374692395)

[1.2.2 Пакет необходимых документов, необходимых при организации клуба 18](#_Toc374692396)

[1.2.3 Создание бизнеса с помощью франчайзинга 19](#_Toc374692397)

[1.2.4 Покупка готового бизнеса 22](#_Toc374692398)

[1.2.5 Оценка стоимости бизнеса 22](#_Toc374692399)

[1.2.6 Портрет потенциального инвестора 23](#_Toc374692400)

[1.2.7 Инвестиционная привлекательность рынка. Мнение эксперта 23](#_Toc374692401)

[2. Воронежский рынок фитнес услуг 25](#_Toc374692402)

[2.1 Характеристика индустрии Воронежа 25](#_Toc374692403)

[2.1.1 История развития рынка фитнес - услуг в Воронеже 25](#_Toc374692404)

[2.1.2 Емкость рынка фитнес - услуг Воронежа 26](#_Toc374692405)

[2.1.3 Классификация фитнес клубов Воронежа по месту расположения 26](#_Toc374692406)

[2.1.4 Ценовая сегментация воронежского рынка 29](#_Toc374692407)

[2.1.5 Мотивы воронежских потребителей 35](#_Toc374692408)

[2.2 Конкурентная среда на воронежском рынке фитнес - услуг 36](#_Toc374692410)

[2.2.1 Анализ месторасположения фитнес клубов Воронежа с точки зрения их конкурентной борьбы 36](#_Toc374692411)

[2.2.2 Анализ востребованности спектра предоставляемых услуг на воронежском рынке фитнес-услуг. 38](#_Toc374692412)

[2.2.3 Анализ конкурентных позиций представленных на рынке клубов 41](#_Toc374692413)

[2.2.4 Обзор, применяемой на рынке, рекламы фитнес клубами Воронежа 48](#_Toc374692414)

[2.3 Прогноз развития воронежского рынка фитнес - индустрии 49](#_Toc374692415)

**Приложения**

Рисунок 1.1 Динамика роста рынка фитнес – услуг в России, 2008 – 2013 гг.

Рисунок 1.2 Динамика роста числа фитнес – клубов на рынке, 2008-2013 гг.

Рисунок 1.3 Распределение российского объема фитнес – услуг, в %

Рисунок 1.4 Доля занимающихся фитнесом, % от населения

Рисунок 1.5 Структура фитнес – клубов по классу предоставляемых услуг, в %

Рисунок 1.6 Распределение запрашиваемых товаров по спортивной направленности

Рисунок 1.7 Изменение спроса на фитнес – услуги в зависимости от сезона

Рисунок 1.8 Изменение спроса на фитнес - услуги в течение суток

Рисунок 1.9 Предпочтения потребителей фитнес – клубов по направлениям спорта, в %

Рисунок 1.10 Возрастные группы потребителей фитнес – услуг

Рисунок 1.11 Структура посетителей фитнес – клубов по полу, в %

Рисунок 1.12 Распределение клиентов фитнес – клубов по социальному положению, в %

Рисунок 1.13 Прогноз динамики роста объемов фитнес – рынка, 2013-2019 гг.

Рисунок 2.1 Динамика развития фитнес-индустрии г. Воронежа, в млн. руб.

Рисунок 2.2 Динамика открытия фитнес – клубов в Воронеже

Рисунок 2.3 Карта развития фитнес-индустрии г. Воронежа с указанием места и года открытия фитнес-клубов

Рисунок 2.4 Ценовая сегментация фитнес-клубов г. Воронежа

Рисунок 2.5 Мотивы посещения фитнес – клубов населением, в %

Рисунок 2.6 Критерии выбора фитнес - клубов, в %

Рисунок 2.7 Зоны конкурентной борьбы фитнес – клубов медиум класса

Рисунок 2.8 Зоны конкурентной борьбы фитнес – клубов эконом класса

Рисунок 2.9 Зоны конкурентной борьбы фитнес – клубов премиум и luxury класса

Рисунок 2.10 Наиболее часто посещаемые фитнес – клубы по месту

расположения, в %

Рисунок 2.11 Карта эксклюзивных фитнес-услуг в г. Воронеже

Рисунок 2.12 Критерии выбора фитнес – клуба, в %

Рисунок 2.13 Оценка спроса на услуги различного ценового диапазона фитнес-клубов

Рисунок 2.14 Характеристика частоты посещения фитнес - клубов, в %

Рисунок 2.15 Востребованность услуг в фитнес – клубах, в %

Рисунок 2.16 Предпочтения потребителей при выборе фитнес – клуба в Воронеже, в %

Рисунок 2.17 Наиболее эффективные виды рекламы о фитнес-клубах (с точки зрения потребителей), в %

Таблица 1.1 Портрет потребителя услуг фитнес – клубов

Таблица 1.2 Основные сетевые бренды фитнес - индустрии

Таблица 2.1 Адреса фитнес – клубов Воронежа

Таблица 2.2 Фитнес – клубы Воронежа

Таблица 2.3 Опрос посетителей фитнес – клубов Воронежа с целью определения качества услуг фитнес-клубов г. Воронежа и их заполняемости

Таблица 2.4 Опрос посетителей фитнес-клубов Воронежа

Таблица 2.5 Варианты размещения рекламы фитнес – клубов