



Маркет  
Аналитика

**ДЕМО-ВЕРСИЯ**

**РОССИЙСКИЙ РЫНОК БЫТОВЫХ УСЛУГ.  
МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ  
И АНАЛИЗ РЫНКА.**

Москва, март 2010



## СОДЕРЖАНИЕ

- I. ВВЕДЕНИЕ**
- II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ**
- III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА БЫТОВЫХ УСЛУГ**
  - 1. Общая характеристика Рынка**
    - 1.1. Понятие бытовых услуг
    - 1.2. Показатели социально-экономического развития
    - 1.3. Резюме по разделу
  - 2. Структура рынка бытовых услуг**
    - 2.1. Сегментация Рынка по основным видам услуг
    - 2.2. Описание сегментов Рынка
      - Рынок ритуальных услуг
      - Рынок парикмахерских
      - Рынок ремонта и пошива одежды
      - Рынок обслуживания бытовой техники
      - Рынок ремонта обуви
      - Рынок бань
      - Рынок фотоателье
      - Рынок химчисток и прачечных
      - Рынок проката
    - 2.3. Ценовая сегментация Рынка
    - 2.4. Сезонность на Рынке
    - 2.5. Резюме по разделу
  - 3. Основные количественные характеристики Рынка**
    - 3.1. Объем и темпы роста Рынка
    - 3.2. Резюме по разделу
  - 4. Конкурентный анализ рынка бытовых услуг**
    - 4.1. Конкуренция на Рынке
    - 4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка
      - Компания Секундочку
      - Компания МУЛЬТИМАСТЕР
      - Компания ДОМ БЫТА.COM
      - Компания Дом быта Проспер-СБ
    - 4.3. Резюме по разделу
  - 5. Анализ конечных потребителей рынка**
    - 5.1. Описание потребительского сегмента
    - 5.2. Потребление на Рынке
  - 6. Выводы и рекомендации по исследованию**
    - 6.1. Основные тенденции Рынка
    - 6.2. PEST-анализ Рынка
    - 6.3. Риски и барьеры Рынка
- IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ**
- ПРИЛОЖЕНИЯ**



Маркет  
Аналитика

Телефон: (495) 720-13-80  
E-mail: [info@marketanalitika.ru](mailto:info@marketanalitika.ru)  
[www.marketanalitika.ru](http://www.marketanalitika.ru)

Приложение 1. Объем бытовых услуг населению РФ, по федеральным округам в 2005-2008г.г.

Приложение 2. Объем бытовых услуг населению в расчете на душу населения (по федеральным округам), руб.



## I. ВВЕДЕНИЕ

До недавнего времени, российский рынок бытовых услуг считался одним из самых перспективных направлений бизнеса. С ростом доходов, все большее число людей обращались за бытовыми услугами в специализированные компании, в числе которых можно отметить услуги химчисток, услуги по ремонту одежды и обуви и другие. Однако по мере усиления кризисных явлений в экономике, темп роста рынка замедлился, хотя и не так сильно как в других отраслях. По ряду сегментов рынка, наблюдается падение спроса, при этом в других сегментах, спрос сохранился, хотя и изменил свою структуру.

Несмотря на кризис, эксперты довольно оптимистично смотрят на перспективы развития Рынка, который обладает большим потенциалом, так можно ожидать постепенного восстановления отдельных сегментов уже в 2010г.



## II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

### Цель исследования

Изучение и анализ российского рынка бытовых услуг: текущей ситуации, тенденций и перспектив его развития с учётом влияния кризиса

### Задачи исследования

- Определить количественные показатели рынка
- Провести сегментацию и описать структуру рынка
- Дать характеристику выделенным сегментам рынка и выявить наиболее перспективные из них
- Провести конкурентный анализ рынка
- Провести анализ потребителей рынка
- Описать риски, связанные с рынком
- Описать тенденции рынка, а также факторы, влияющие на развитие рынка
- Выявить перспективы развития рынка

### Предмет исследования

Российский рынок бытовых услуг (далее Рынок)

### Методы сбора данных

Данное исследование было проведено кабинетным методом, который предполагает получение вторичной информации о рынке из открытых источников, а также консолидации уже имеющихся сведений об изучаемом рынке.



## Источники информации

В качестве источников информации об изучаемом рынке были использованы следующие открытые источники:

- информационно-аналитические порталы, посвященные изучаемому рынку
- открытые статистические данные
- данные государственной статистики и электронные базы данных
- аналитические обзоры, включая профессиональные издания (СМИ)
- сайты производителей и распространителей продукции рынка
- отчеты зарубежных и отечественных исследовательских и консалтинговых компаний



### III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА БЫТОВЫХ УСЛУГ

#### 1. Общая характеристика Рынка

##### 1.1. Понятие бытовых услуг

Согласно **Общероссийскому классификатору услуг населению (ОКУН)**, в категорию бытовых услуг входят:

- Ремонт, окраска и пошив обуви
- Ремонт и пошив швейных, меховых и кожаных изделий, головных уборов и изделий текстильной галантереи, ремонт, пошив и вязание трикотажных изделий
- Ремонт и техническое обслуживание бытовой радиоэлектронной аппаратуры, бытовых машин и бытовых приборов, ремонт и изготовление металлоизделий
- Изготовление и ремонт мебели
- Химическая чистка и крашение
- Услуги прачечных
- Ремонт и строительство жилья и других построек
- Техническое обслуживание и ремонт транспортных средств, машин и оборудования
- Услуги фотоателье и фото- и кинолабораторий
- Транспортно-экспедиторские услуги
- Услуги бань и душевых
- Услуги парикмахерских
- Услуги предприятий по прокату
- Ритуальные, обрядовые услуги

В свою очередь в «Налоговом кодексе РФ», дается следующее определение бытовых услуг.<sup>1</sup>

**Бытовые услуги** – платные услуги, оказываемые физическим лицам (за исключением услуг ломбардов, услуг по ремонту, техническому обслуживанию и мойке автотранспортных

---

<sup>1</sup> Источник: «Налоговый кодекс РФ», ст. 346.27



средств, а также услуг по изготовлению мебели и строительству индивидуальных домов), классифицируемые в соответствии с Общероссийским классификатором услуг населению (ОКУН).

Таким образом, все дальнейшие расчеты по объему и структуре Рынка, будут произведены исходя из данного определения.

## 1.2. Показатели социально-экономического развития

В настоящее время российская экономика продолжает испытывать на себе последствия мирового финансового кризиса, однако, по сравнению с 2008-2009г.г., ситуация постепенно начинает стабилизироваться, и прежде всего, благодаря реализации антикризисных мер и адаптации экономики к изменившимся условиям.

Для большей наглядности, приведем описание фаз протекания кризиса в 2009г.<sup>2</sup>

1. С января по февраль 2009г. – **инерция кризиса**. Для данного этапа были характерны следующие особенности:
  - Рост оттока капитала, вызванный как негативными ожиданиями, так и действиями Центрального банка, вынужденного поддерживать ликвидность банковской системы. Как следствие - наращивание покупок валюты и девальвация рубля
  - Ухудшение финансового положения предприятий, за счет роста внереализационных расходов, вызванных переоценкой валютных обязательств в условиях девальвации рубля.
  - Сокращение инвестиций в основной капитал, вследствие роста рисков по кредитам, а также снижения притока капитала из-за рубежа
  - Кризис краткосрочного кредитования

---

<sup>2</sup> «Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования», 2009г.





- Спад производства практически во всех отраслях экономики, включая потребительские

В этот же период, государством было предпринято ряд мер, направленных на снижение потерь от кризиса, в числе которых:

- Поддержка банковской системы через системы государственных банков, беззалоговых кредитов и пр.
- Снижение давления на золотовалютные резервы

2. С марта по май 2009г. – **стабилизация в валютно-финансовой системе.**

Благодаря проведению политики «дорогих денег»<sup>3</sup>, период девальвации остановился, что привело к изменению экономической ситуации, в частности, произошло снижение давления на валютный рынок, а уровень обменного курса держался в установленных рамках. В различных секторах экономики начали происходить изменения.

- Компаниям **нефинансового сектора** было необходимо переходить к самофинансированию, по средствам внутренней адаптации компании к изменившимся условиям развития. Помимо организационных изменений, компании были вынуждены сократить издержки на оплату труда. Учитывая повышение цен на сырьевые товары, к середине 2009г. практически все отрасли экономики оказались в зоне прибыльности.
- Для **банковского сектора** новая ситуация означала необходимость функционировать под воздействием двух основных факторов:
  - Работа с «дорогими» ресурсами (депозиты населения и средства Банка России)
  - Работа в условиях возросших рисков кредитования

---

<sup>3</sup> Политика «дорогих денег» - проводится Центробанком, прежде всего, как антиинфляционная политика. Для того чтобы сократить денежное предложение, ограничивается денежная эмиссия, осуществляется продажа государственных ценных бумаг на открытом рынке, увеличивается минимальная резервная норма, увеличивается учётная ставка



Результатом стало снижение кредитной активности банков, при усилении требований к финансовому положению заемщиков. Стоит отметить, что на рынке кредитования остались в основном крупные банки, имеющие дополнительные возможности по работе с клиентами, например широкая филиальная сеть, налаженная система работы с корпоративными клиентами и др.

3. С июня по ноябрь 2009г. – **предпосылки стабилизации или перерыв спада**

Однозначно оценить данный период времени достаточно сложно, поскольку происходящие события имели как позитивную, так и негативную направленность.

...

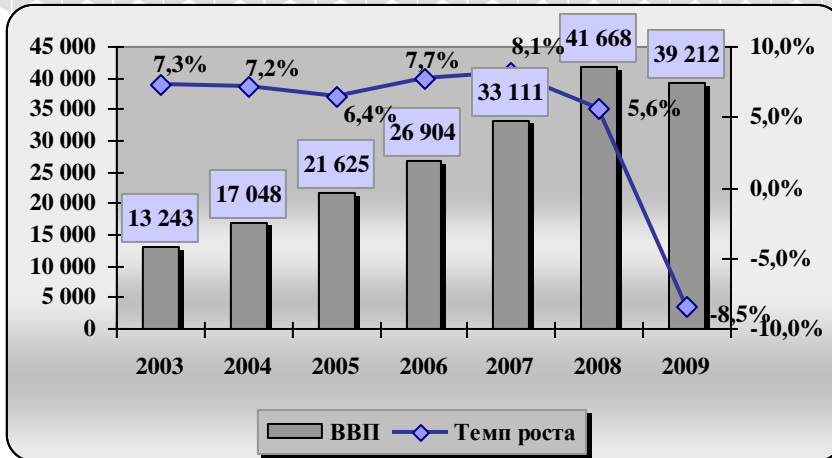
Что касается Рынка бытовых услуг, то он, как одна из составляющих российской экономики, находится под влиянием основных социально-экономических показателей и в первую очередь:

- Внутренний валовой продукт (ВВП)
- Уровень инфляции
- Уровень доходов населения
- Уровень занятости населения
- Объем платных услуг населению

**Внутренний валовой продукт (ВВП). Промышленное производство**

По оценке «Минэкономразвития России» к концу 2009г. **объем ВВП** должен был достигнуть отметки в **39 212 млрд. руб.**, что на 8,5% меньше, чем в 2008г.

**Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2005-2009гг. и прогноз на 2010-2012г.г., в номинальных ценах, млрд. руб.**



Источник: ФСГС, Минэкономразвития РФ, октябрь 2009 г.

Как видно из диаграммы, экономический кризис сильно отразился на темпах роста ВВП, однако уже в 2010г. ожидается рост.

...

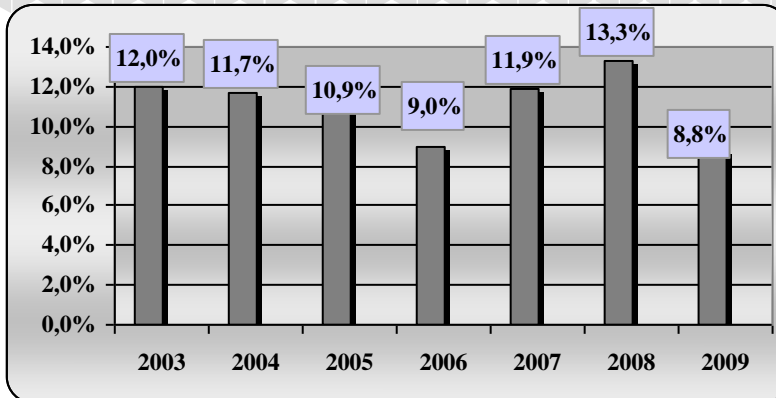
## Уровень инфляции

В изначальном варианте бюджета РФ на 2009г. планировалось, что инфляция составит 8,5%, затем Минэкономразвития РФ корректировало прогноз – в середине декабря 2008 – 11%, в январе 2009г. – 13%.<sup>4</sup> Однако по итогам 2009г. инфляция составила 8,8%, что соответствует изначальным оценкам.<sup>5</sup>

Диаграмма 2. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг.

<sup>4</sup> [www.economy.gov.ru](http://www.economy.gov.ru)

<sup>5</sup> [www.gks.ru](http://www.gks.ru)



Источник: ФСГС, Минэкономразвития России, 2010 г.

Начиная с июля 2009г., инфляция на потребительском рынке продолжала оставаться нулевой, тогда как обычно осенью темпы начинают расти. Лишь в последние два месяца года наблюдался рост индекса потребительских цен.

...

На платные услуги населению рост цен и тарифов замедлился в 2009г. до 11,6% (в 2008г. - 15,9%), несмотря на более высокий рост тарифов на услуги организаций ЖКХ, в связи с сокращением платежеспособного спроса населения.

### Уровень доходов населения

Денежные доходы населения являются одним из основополагающих факторов, обуславливающих спрос на рынке.

Среднемесячная начисленная заработная плата в 2009г., по данным «ФСГС», составила 18785 руб. и по сравнению с 2008г. выросла на 8,5%, в декабре 2009г. - 23827 руб. и выросла по сравнению с декабрем 2008г. на 9,4%

...

### Уровень занятости



В декабре 2009г. «Росстат» подвел итоги выборочного обследования населения по проблемам занятости, согласно которому численность экономически активного населения в возрасте 15-72 лет (занятые + безработные) в декабре 2009г. составила 75,4 млн.человек, или более 53% от общей численности населения страны.

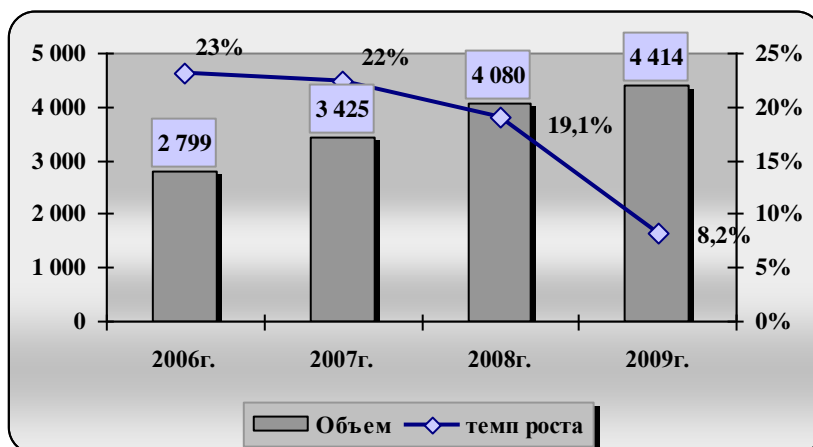
При этом, в числе экономически активного населения **91,8%** (69,2 млн. чел) классифицируются как **занятые**, а **8,2%** (6,2млн. чел) – как **безработные** с применением критериев МОТ (т.е. не имели работы или доходного занятия, искали работу и были готовы приступить к ней в обследуемую неделю).

...

### Платные услуги населению

По данным Минэкономразвития РФ, в 2009г. населению страны оказано **платных услуг** на сумму **4 414 млрд. руб.**

**Диаграмма 3. Объем платных услуг населению в 2006-2008г.г. и 11 мес.2009г., млрд. руб.**



Источник: «ФСГС РФ», 2009г.

...



Наибольшую долю в структуре платных услуг населению занимают:

- Транспортные услуги – ...%
- Услуги связи – ...%
- Коммунальные услуги – ...%

## 2. Структура рынка бытовых услуг

### 2.1. Сегментация Рынка по основным видам услуг

Рынок **бытовых услуг** включает в себя следующие услуги:

- Услуги фотоателье
- Услуги прачечных
- Услуги по прокату
- Ритуальные услуги
- Услуги бань и душевых
- Услуги парикмахерских
- Ремонт, окраска и пошив обуви
- Ремонт и пошив одежды
- Обслуживание бытовой аппаратуры
- Химическая чистка и крашение

Наиболее емкими сегментами изучаемого Рынка являются: ритуальные услуги (22,7%), услуги парикмахерских (21,2%), а также ремонт и пошив одежды (18,7%).

Наименьшие показатели объема характерны для услуг химчисток, прачечных и проката, что во многом объясняется недостаточным спросом, а также низкой частотой использования данных видов услуг.

Рассмотрим представленные виды бытовых услуг подробнее.

### 2.2. Описание сегментов Рынка

#### Рынок ритуальных услуг



Рынок ритуальных услуг является локальным, поскольку выбор места захоронения определяется географическим расположением населенного пункта, с которым человек был связан при жизни.

В качестве **покупателя** на Рынке выступают физические и юридические лица, взявшие на себя полномочия по погребению умершего. **Продавцами** же на Рынке являются специализированные службы по вопросам похоронного дела, создаваемые органами местного самоуправления, а также иные хозяйствующие субъекты, осуществляющие этот вид деятельности.

## Виды услуг

Перечень услуг ритуальных служб определяется исходя из способа захоронения:<sup>6</sup>

### 1. Захоронение в землю

- Оформление документов, необходимых для погребения
- Приобретение и доставка предметов, необходимых для совершения ритуала: гроба, ритуального белья и одежды
- Подготовка тела к прощанию и захоронению (бальзамирование, облачение, положение в гроб)
- Транспортировка гроба с телом к месту захоронения (включая ручную переноску), в том числе транспортировка гроба по территории кладбища
- Рытье могилы
- Опускание гроба, засыпка могилы
- Изготовление и установка временного памятного знака на могиле

### 2. Кремация

- Оформление документов, необходимых для погребения;
- Приобретение и доставка предметов, необходимых для совершения ритуала: гроба, ритуального белья и одежды

---

<sup>6</sup> Источник: «Федеральная антимонопольная служба РФ»



- Подготовка тела к прощанию и кремации (бальзамирование, облачение, положение в гроб)
- Кремация
- Помещение урны с прахом в колумбарий, либо подхоронение в существующую могилу
- Изготовление и установка временного памятного знака на могиле

Стоит отметить, что перечисленные услуги предоставляются комплексно, а количество субъектов, которые оказывают отдельные услуги – незначительно.

### Объем Рынка

По данным «ФСГС РФ», в 2009г. населению страны было оказано ритуальных услуг на сумму ... **млрд. руб.** По сравнению с аналогичным периодом 2008г., рынок вырос на 23,2%, тогда объем составил ... млрд. руб.

Из представленной диаграммы видно, что при росте рождаемости, смертность постепенно сокращается. Таким образом, увеличение объема рынка можно объяснить ростом цен на услуги ритуальных компаний, а также тем, что компании расширяют спектр дополнительных услуг.

### Перспективы Рынка

Влияние финансового кризиса на рынок ритуальных услуг – не существенно, что в купе с показателями роста последних лет, делает его привлекательным, с экономической точки зрения. Однако выход на данный рынок осложняется рядом барьеров, среди которых:

- **Административные барьеры**, связанные со сложностью получения статуса специализированной организации по вопросам похоронного дела, а также с действиями и разрешительными документами местной администрации
- **Экономические барьеры**. Для успешной работы на рынке, ритуальная компания должна обладать необходимой материально-технической базой, а также иметь достаточное количество оборотных средств.





## Рынок парикмахерских

**Парикмахерская** – это предприятие, предоставляющее услуги для населения по уходу за волосами в оборудованном специально для этого помещении. Довольно распространенным является включение парикмахерских услуг в перечень услуг салонов красоты.

**Салон красоты** – заведение, занимающееся косметическим обслуживанием населения, помимо этого предоставляющие парикмахерские услуги и услуги SPA.

### Виды услуг

Услуги парикмахерских подразделяются на:

#### 1. Основные

- Стрижка
- Завивка
- Создание причёски
- Окраска
- Мелирование
- Бритье
- Стрижка бород и усов

#### 2. Дополнительные

- Маникюр
- Педикюр
- Косметические услуги
- Услуги визажиста.
- Солярий
- Услуги косметолога

### Объем Рынка

По данным «ФСГС РФ», в 2009г. населению страны было оказано парикмахерских услуг на сумму ... млрд. руб.

Как видно из диаграммы, в докризисный период рынок парикмахерских развивался довольно активно, так в 2007г. рынок продемонстрировал рост на уровне 28,0%. Однако, с ухудшением экономической ситуации в стране, темп роста рынка замедлился - ...% в 2008г. и ...% в 2009



г. Таким образом, лишь по мере улучшения экономической ситуации в стране можно ожидать восстановления докризисных показателей роста Рынка.

### **Перспективы Рынка**

Если до кризиса наибольшим спросом пользовались услуги салонов бизнес-класса, то сейчас спрос сместился в сторону салонов/парикмахерских эконом-класса, что вполне объяснимо, учитывая изменения в уровне доходов населения (на одного члена семьи). При этом по данным «Департамента потребительского рынка и услуг г. Москвы»<sup>7</sup> спрос на услуги элитных салонов остался неизменным, так как население, с доходом выше среднего, не спешит менять свои привычки.

...

---

<sup>7</sup> «Российская газета» - Неделя №4915 (91) от 21.05.2009г.



## 2.3. Ценовая сегментация Рынка

Ценовая сегментация рынка бытовых услуг представлена в виде таблицы с ценовыми уровнями для каждого из сегментов изучаемого рынка, а также описанием перспектив и определением наиболее перспективного сегмента.

В период кризиса, спрос распределяется между низким и средним ценовым сегментом, при этом возможны следующие модели поведения потребителей:

- Сокращение частоты использования услуг или же отказ от их использования на неопределенный срок (услуги химчисток, услуги по прокату автомобилей)
- Переход к использованию услуг по более низким ценам (услуги ...)
- Спрос на услуги среднеценового сегмента (услуги ...)

...

## 3. Основные количественные характеристики Рынка

### 3.1. Объем и темпы роста Рынка

В 2009г. населению РФ было оказано **бытовых услуг** на сумму в ... млрд. руб.

Как видно из диаграммы, сфера бытового обслуживания в числе многих ощутила на себе последствия экономического кризиса – спрос на различные виды бытовых услуг начал снижаться. Еще не так давно, рынок демонстрировал рост на уровне 15-18%, а уже 2009г. прирост составил лишь 8,6%.

Не смотря на это, доля бытовых услуг в структуре рынка платных услуг населению остается стабильной на протяжении последних трех лет.



Интересно рассмотреть, в каких регионах РФ рынок бытовых услуг развит наиболее сильно.

На момент написания отчета итоги за 2009г. подведены не полностью, поэтому рассмотрим данные за 2008г., которые также дают представление о текущем положении дел на исследуемом рынке.

Лидирующее положение на российском рынке бытовых услуг занимает Центральный Федеральный округ, на долю которого приходится чуть более 29% рынка. В первую очередь это происходит за счет высокого уровня развития рынков Москвы и Московской области. Далее следуют Приволжский и Сибирский Федеральный округ, на долю которых приходится ...% и ...% соответственно.

Менее всего рынок бытовых услуг развит в Дальневосточном Федеральном округе, который занимает чуть более ...% от общего объема рынка.

Более полная информация, об объеме и структуре рынка бытовых услуг в регионах, представлена в [Приложении 1](#).

## 4. Конкурентный анализ рынка бытовых услуг

### 4.1. Конкуренция на Рынке

В рамках данного исследования не планировалось подробное описание конкурентной среды каждого из сегментов рынка, поскольку это будет логичней сделать в ходе последующих исследований по конкретному виду бытовых услуг.

Поэтому, в данном разделе будут рассмотрены мультисервисные компании, которые предлагают комплекс услуг по бытовому обслуживанию населения (на примере рынка Москвы).



По данным из открытых источников, к числу крупнейших сетевых компаний, в области комплексного бытового обслуживания г. Москвы и МО, можно отнести:<sup>8</sup>

- «Секундочку»
- «МУЛЬТИМАСТЕР»
- «ДОМ БЫТА.СОМ»
- «Дом быта Проспер-СБ»

Всего же на рынке Москвы порядка 5-6 тыс. предприятий, работающих в формате мультисервиса.

## 4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

### Компания Секундочку

[www.sekundochku.ru](http://www.sekundochku.ru)

#### О компании

Сеть сервисных магазинов «Секундочку» основана в 2006г. в Москве, и за короткий срок стала крупнейшей сетью в России и одной из самых динамично развивающихся в Восточной Европе.

Как и конкуренты, «Секундочку» тесно сотрудничает с ведущими розничными сетями российского рынка, такими как: «Ашан», «Перекресток», «Седьмой Континент», «О'Кей», «Карусель», «Виктория» и др. сетями и ТЦ.

#### Направления деятельности

Сеть сервисных магазинов «Секундочку» оказывает следующие виды услуг:

- Ремонт обуви
- Чистка и восстановление обуви

---

<sup>8</sup> Источник: Журнал «Деньги» №15(720) от 20.04.2009г.



- Изготовление ключей
- Замена ремешков и батареек в часах
- Заточка инструментов
- Лазерная гравировка

### География деятельности

Сеть магазинов сервисных услуг «Секундочку», представлена в крупнейших городах России:

- Москва
- Санкт-Петербург
- Воронеж
- Екатеринбург
- Краснодар
- Тольятти
- Тюмень
- Ростов-на-Дону
- Новосибирск
- Ярославль
- Волгоград
- Нижний Новгород
- Мурманск
- Череповец
- Уфа
- Рязань



Общее число магазинов, входящих в сеть «Секундочку» составляет 201.

### Преимущества

Конкурентными преимуществами сети являются:

- Крупнейшая сеть сервисных магазинов в РФ
- Наличие собственного центра обучения и подготовки линейного персонала
- Удобное расположение магазинов сети
- Высококачественное оборудование
- Ценовая политика ориентирована на массового потребителя

В отчете содержится таблица «Сравнительная характеристика крупнейших игроков рынка бытовых услуг», включающая данные по основным параметрами деятельности участников рынка.

## 5. Анализ конечных потребителей рынка

### 5.1. Описание потребительского сегмента

Потребителей рынка бытовых услуг можно разделить на две большие группы: B2C рынок и B2B рынок.

#### B2C рынки:

B2C рынок представлен физическими лицами, которые являются основными потребителями. По данным Госкомстата численность населения России по состоянию на 1 января 2009 года составила 141,9 млн. человек, из которых 103,73 млн. проживает в городе, а 38,22 млн. в сельской местности.



Как известно бытовыми услугами пользуются в основном женщины, на долю которых приходится около 54%.

Сегментацию B2C потребителей также можно провести по уровню дохода:

- Малоимущие. Данная группа потребителей является наименее активной в потреблении бытовых услуг. Эти люди могут вовсе не обращаться в службу быта, обходясь собственными силами.
- Среднедоходная группа. Данная группа населения ориентирована в основном на использование услуг среднего ценового сегмента.
- Высокодоходная группа. Данная группа потребителей предъявляет высокие требования к качеству услуг и обращается в специализированные компании.

### **B2B рынки:**

Сегмент юридических лиц также присутствует на Рынке, хотя и не в столь большом объеме как сегмент b2c. В основном компании обращаются за услугами химчисток и прачечных. Классификацию юридических лиц можно провести по нескольким основаниям.

#### **По типу собственности:**

- Частные
- Государственные
- Смешанные

#### **По размерам компании:**

- Крупные
- Средние
- Небольшие





## 5.2. Потребление на Рынке

В числе факторов, формирующих спрос на бытовые услуги можно отметить:

### 1. Социально-экономические

- Уровень развития материального производства
- Реальные доходы на душу населения
- Тарифы и цены на услуги
- Обеспечение предметами потребления

### 2. Демографические

- Темпы прироста населения
- Социальная структура населения
- Половозрастная структура населения
- Размер, структура семьи
- Наличие семьи
- Культурный уровень населения.
- Миграция населения

### 3. Природно-климатические

- Среднегодовая температура воздуха.
- Продолжительность времени низких или высоких температур
- Рельеф местности
- Деление территории на климатические зоны

Что касается данных по объему бытовых услуг населению, то в открытых источниках представлена информация лишь за 2008г., которая также дает представление о ситуации на рынке.

Итак, в год на одного жителя РФ приходится бытовых услуг на сумму около 1 тыс. руб., при этом необходимо отметить, что в Москве этот показатель в 3 раза выше.



Интересной будет информация о том, в каких регионах показатель потребления наиболее высокий.

...

Итак, наиболее высокие показатели среднедушевого потребления наблюдаются в следующих регионах:

- Ритуальные услуги – ЦФО (... руб.)
- Парикмахерские – ДВФО (... руб.)
- Пошив и ремонт одежды – УФО и СФО (... руб. и ... руб. соответственно)

Более полная информация по объему потребления бытовых услуг представлена в [Приложении 2](#).

## Перечень диаграмм и таблиц

Диаграмма 4. Динамика ВВП за период 2005-2009гг. и прогноз на 2010-2012г.г., в номинальных ценах, млрд. руб.

Диаграмма 5. Прогноз величины ВВП на 2010-2012г.г., в номинальных ценах, млрд. руб.

Диаграмма 6. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг.

Диаграмма 7. Индекс потребительских цен к декабрю предыдущего года, %

Диаграмма 8. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.

Диаграмма 9. Уровень занятости в октябре 2009г., %

Диаграмма 10. Динамика численности безработных за 2008-2009 гг., млн. чел.

Диаграмма 11. Объем платных услуг населению в 2006-2008г.г. и 11 мес.2009г., млрд. руб.

Диаграмма 12. Структура рынка платных услуг в 2009г., %

Диаграмма 13. Структура рынка бытовых услуг РФ в 2009г. (в денежном выражении), %

Диаграмма 14. Объем рынка ритуальных услуг РФ в 2006-2009г.г., млрд. руб.



Диаграмма 15. Показатели рождаемости и смертности в РФ в 2005-2009г.г., млн. чел.

Диаграмма 16. Объем парикмахерских услуг населению РФ в 2006-2009г.г., млрд. руб.

Диаграмма 17. Объем услуг населению по пошиву и ремонту одежды в РФ в 2006-2009г.г., млрд. руб.

Диаграмма 18. Объем оказанных услуг населению по ремонту и техническому обслуживанию бытовой радиоэлектронной аппаратуры в РФ, в 2006-2009г.г., млрд. руб.

Диаграмма 19. Объем услуг по ремонту, окраске и пошиву обуви в РФ в 2006-2009 г.г., млрд. руб.

Диаграмма 20. Объем услуг бань и душевых в РФ в 2006-2009г.г., млрд. руб.

Диаграмма 21. Объем услуг фотоателье и фотолабораторий в РФ в 2006-2009г. млрд. руб.

Диаграмма 22. Объем услуг химчисток и прачечных в РФ в 2006-2009г.г., млрд. руб.

Диаграмма 23. Объем услуг проката в РФ в 2006-2009г.г., млрд. руб.

Таблица 1. Ценовая сегментация рынка бытовых услуг

Таблица 2. Сезонность на рынке бытовых услуг

Диаграмма 24. Объем рынка бытовых услуг в РФ в 2006-2009г.г., млрд. руб.

Диаграмма 25. Доля бытовых услуг в структуре платных услуг населению РФ в 2006-2009г.г., %

Диаграмма 26. Региональное развитие рынка бытовых услуг, %

Таблица 3. Сравнительная характеристика крупнейших игроков рынка бытовых услуг Москвы

Диаграмма 27. Структура населения России по территориальному признаку

Диаграмма 28. Структура населения по половому признаку, % от численности населения

Таблица 4. Структура населения по величине среднедушевых денежных доходов

Таблица 5. Объем бытовых услуг населению в расчете на душу населения, руб.

Таблица 6. Объем бытовых услуг населению по ряду регионов РФ, в расчете на душу населения, руб.

Таблица 7. PEST-анализ российского рынка