

INTESCO
RESEARCH
GROUP

ДЕМО-ВЕРСИЯ
МОСКОВСКИЙ РЫНОК НОЧНЫХ
КЛУБОВ 2009 Г.



Москва, 2009 год

ОГЛАВЛЕНИЕ

МЕТОДОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ	6
СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ.....	8
1. НАСЕЛЕНИЕ МОСКВЫ.....	10
1.1. Динамика численности населения Москвы.....	10
1.2. Динамика уровня жизни населения Москвы.....	11
2. КЛАССИФИКАЦИЯ НОЧНЫХ КЛУБОВ	12
2.1. Определение ночного клуба	12
2.2. Классификация ночных клубов	12
3. ХАРАКТЕРИСТИКА РОССИЙСКОГО РЫНКА НОЧНЫХ КЛУБОВ.....	16
3.1. Объем российского рынка ночных клубов.....	16
3.2. Структура выручки ночного клуба.....	16
3.3. Посещение ночных клубов по возрастным категориям.....	18
3.4. Самые популярные ди-джеи России.....	21
По версии Всероссийского голосования	21
По опросу профессиональных ди-джеев	23
4. ВЛИЯНИЕ КРИЗИСА И ПРОГНОЗ ЧИСЛЕННОСТЬ АУДИТОРИИ НОЧНЫХ КЛУБОВ В РОССИИ.....	27
4.1. Прогноз численности потенциальной аудитории ночных клубов на 2011-2012 гг.	27
4.2. Влияние финансового кризиса на посещение ночных клубов.....	27
5. ОБЪЕМ РЫНКА НОЧНЫХ КЛУБОВ МОСКВЫ	29
5.1. Динамика объема московского рынка ночных клубов	29
5.2. Доля Москвы в объеме российского рынка ночных клубов	29
6. СТРУКТУРА НОЧНЫХ КЛУБОВ МОСКВЫ ПО НАЦЕЛЕННОСТИ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ	31
7. ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ НОЧНЫХ КЛУБОВ МОСКВЫ.....	32
8. ЦЕНОВАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ НОЧНЫХ КЛУБОВ МОСКВЫ И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	33
9. РЕЙТИНГИ НОЧНЫХ КЛУБОВ МОСКВЫ И МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ	34
10. ИССЛЕДОВАНИЕ АУДИТОРИИ НОЧНЫХ КЛУБОВ МОСКВЫ	35

10.1. Критерии выбора ночного клуба жителями Москвы	35
10.2. Цели посещения ночных клубов жителями Москвы	35
11. ЗАКРЫТЫЕ НОЧНЫЕ КЛУБЫ МОСКВЫ.....	37
11.1. Gazgolder.....	37
11.2. «Крыша мира».....	37
11.3. «Рай»	38
11.4. The Most.....	38
11.5. Soho Rooms	39
11.6. Vynil Ninja	40
11.7. Famous	40
12. ПОПУЛЯРНЫЕ НОЧНЫЕ КЛУБЫ.....	41
12.1. Newton	41
12.2. ARMA17	41
12.3. «Солянка».....	41
12.4. YE	42
12.5. Shop & Bar Denis Simachev	42
12.6. Golden State.....	43
12.7. RMclub	43
12.8. Picasso dj bar	44
12.9. Cvet Granata	44
12.10. Sole dj Cafe.....	45
12.11. «Артефакт»	45
12.12. «Минибар».....	46
12.13. Grafit	46
12.14. «Техника Молодежи».....	46
12.15. Jet Set	47
12.16. Mezzo Forte	48
13. ОТКРЫТИЕ НОЧНОГО КЛУБА	49
13.1. Категории клубов	49

Маркетинговое исследование «Московский рынок ночных клубов 2009 г.»

13.2. Концепция ночного клуба	51
13.3. Выбор помещения	52
13.4. Дизайн клуба	53
13.5. Инвестиции.....	54
13.6. Строительство клуба	56
13.7. Оборудование	56
Осветительное оборудование	57
Звуковое оборудование.....	57
13.8. Продвижение клуба.....	58
13.9. Охрана	58
ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP.....	60

МЕТОДОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Данное маркетинговое исследование посвящено изучению рынка **ночных клубов Москвы** и влиянию на него финансового кризиса.

Исследование начинается с изучения **российского рынка ночных клубов**, которое включает в себя:

- динамику объема рынка;
- структуру выручки ночных клубов;
- изучение посещения ночных клубов по возрастным категориям.

В работе приводится прогноз численности потенциальной аудитории ночных клубов, а также оценивается влияние мирового финансового кризиса на рынок.

Рассматривая **рынок ночных клубов** Москвы и Московской области, оцениваются следующие параметры:

- Объем рынка;
- Географическое расположение;
- Структура рынка по нацеленности на потребителя;
- Ценовая сегментация рынка;
- Критерии выбора и цели посещения ночных клубов жителями Москвы.

Составлен **рейтинг ночных клубов Москвы**. Рассмотрены такие закрытые клубы Москвы, как:

- Gazgolder;
- «Крыша мира»;
- «Рай»;
- The Most;
- Soho Rooms;
- Vynil Ninja;
- Famous.

Выдержки из исследования:

- На данный момент в Москве и МО существует свыше *** заведений, попадающих под определение ночного клуба.

Маркетинговое исследование «Московский рынок ночных клубов 2009 г.»

- Из-за нестабильной экономической ситуации жители страны существенно сократили траты на развлечения – в том числе посещение ночных клубов, что негативно сказывается на состоянии данного рынка в целом.
- По оценкам **Intesco Research Group**, объем российского рынка ночных клубов в 2008 году составил 2,6 – 2,8 млрд. долл. В 2009 году ожидается дальнейшее снижение объема рынка.
- Объем рынка ночных клубов Москвы за 2008 год упал до величины 2006 года и составил 500 млрд. долл.

Источники информации, используемые в исследовании:

- Федеральная служба государственной статистики;
- Данные региональных ведомств;
- Экспертные оценки;
- Сайты компаний;
- Тематические информационные порталы.

СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ

Список диаграмм:

Диаграмма 1. Структура выручки демократического молодежного ночного клуба в России

Диаграмма 2. Структура выручки ночного клуба VIP - категории в России

Диаграмма 3. Доля россиян в возрасте от 18 до 24 лет, посещающих ночные клубы/казино/боулинги/бильярдные в первом квартале 2009 года

Диаграмма 4. Доля жителей России в возрасте от 25 до 34 лет, посещающих ночные клубы/казино/боулинги/бильярдные в первом квартале 2009 года

Диаграмма 5. Доля россиян в возрасте от 34 до 44 лет, посещающих ночные клубы/казино/боулинги/бильярдные в первом квартале 2009 года

Диаграмма 6. Доля жителей России в возрасте от 45 до 59 лет, посещающих ночные клубы/казино/боулинги/бильярдные в первом квартале 2009 года

Диаграмма 7. Доля россиян старше 60 лет, посещающих ночные клубы/казино/боулинги/бильярдные в первом квартале 2009 года

Диаграмма 8. Доля Москвы в объеме российского рынка ночных клубов в 2008 году

Диаграмма 9. Структура ночных клубов Москвы по нацеленности на потребителя

Диаграмма 10. Распределение ночных клубов Москвы по административным округам в середине 2009 года

Диаграмма 11. Распределение ночных клубов Москвы и Московской области по величине среднего счета в середине 2009 года

Диаграмма 12. Критерии выбора ночного клуба жителями Москвы в середине 2009 года, %

Диаграмма 13. Цели посещения ночных клубов в середине 2009 года, %

Диаграмма 14. Доля прибыли, приносимая ночному клубу постоянными клиентами

Диаграмма 15. Доля затрат на рекламу в структуре инвестиционных вложений в модный ночной клуб

Список графиков:

График 1. Динамика численности постоянного населения Москвы по состоянию на 1 января в 2000-2009 гг., млн.чел.

График 2. Динамика численности постоянного населения Московской области по состоянию на 1 января в 2000-2009 гг., млн.чел.

График 3. Динамика среднемесячной заработной платы жителя Москвы по месяцам в 2008-2009 гг., тыс.руб.

График 4. Динамика объема российского рынка ночных клубов в 2007-2008 гг., млрд.долл.

График 5. Динамика численности потенциальной аудитории ночных клубов в России и прогноз на 2011- 2012 гг., тыс. чел.

График 6. Динамика доли россиян, побывавших в ночных клубах/казино/боулингах/бильярдных хотя бы раз за последние три месяца в мае 2008 и в январе 2009 года, %

График 7. Динамика объема московского рынка ночных клубов в 2006-2008 гг., млрд.долл.

Список таблиц:

Таблица 1. 100 лучших ди-джеев России по версии Всероссийского голосования в 2008 году

Таблица 2. 100 лучших ди-джеев России по версии профессиональных ди-джеев в 2008 году

Таблица 3. Рейтинг ночных клубов Москвы и Московской области в середине 2009 года

Список схем:

Схема 1. Классификация по формам собственности и организационно-правовой базе

Схема 2. Классификация по наличию зрелищно-развлекательного компонента

Схема 3. Классификация по музыкальным предпочтениям

Схема 4. Классификация по комплексу предоставляемых услуг

Схема 5. Классификация по доступности населению

Схема 6. Классификация по статусу

ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP

Intesco Research Group является консалтинговым подразделением компании Интеско.

Основным направлением деятельности **Intesco Research Group** является разработка бизнес-планов и маркетинговых исследований, как отраслевых российских рынков, так и региональных рынков РФ.

Принимаем заказы на исполнение работ на русском и английском языке.

Мы предлагаем следующие услуги:

- проведение маркетинговых исследований рынков товаров или услуг;
- разработка технико-экономических обоснований (ТЭО) проектов;
- создание бизнес-планов по организации предприятий или по реорганизации существующего бизнеса;
- разработка маркетинговых стратегий продвижения товаров или услуг.

С начала 2009 г. открыто новое направление «бизнес-тренинги».

Финансовые аналитики компании являются выпускниками ведущих московских вузов и имеют глубокие знания в маркетинге, методологии построения маркетинговых исследований, оценке эффективности инвестиционных проектов, составлении аналитических отчетов и бизнес-прогнозировании.

Сотрудники компании **Intesco Research Group** реализовывали проекты для таких крупных компаний как «Кинотавр», «ГЕО», «Интертуризм», «Продторг», «Кинофест» и прочие.