

INTESCO
RESEARCH
GROUP

ДЕМО-ВЕРСИЯ
РЫНОК БАРОВ МОСКВЫ
В УСЛОВИЯХ ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА



Москва, 2009 год

ОГЛАВЛЕНИЕ

МЕТОДОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ	6
СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ.....	8
1. НАСЕЛЕНИЕ МОСКВЫ.....	11
1.1. Динамика численности населения Москвы.....	11
1.2. Динамика уровня жизни населения Москвы	12
2. КЛАССИФИКАЦИЯ БАРОВ.....	13
2.1. Типы предприятий общественного питания	13
2.2. Виды услуг предприятий общественного питания	15
2.3. Классификация баров.....	17
3. ОБЪЕМ МОСКОВСКОГО РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ.....	19
3.1. Динамика объема рынка по годам	19
3.2. Динамика объема рынка по месяцам (с учетом 2009 года)	21
3.3. Структура объема рынка по типам заведений.....	22
4. БАРЫ В СТРУКТУРЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ МОСКВЫ.....	23
4.1. Количество предприятий общественного питания Москвы	23
4.2. Доля баров среди предприятий общественного питания Москвы	25
5. РЕЙТИНГ БАРОВ МОСКВЫ	26
6. ГЕОГРАФИЧЕСКОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ БАРОВ МОСКВЫ И ИХ РЕЖИМ РАБОТЫ..	27
6.1. Географическое расположения баров Москвы	27
6.2. Режим работы баров Москвы	29
7. ЦЕНОВАЯ СЕГМЕНТАЦИЯ БАРОВ МОСКВЫ	30
8. МЕРЫ, ПРИМЕНЯЕМЫЕ В БАРАХ МОСКВЫ, ПОД ВОЗДЕЙСТВИЕМ КРИЗИСА	31
9. КРУПНЕЙШИЕ СЕТИ БАРОВ МОСКВЫ.....	32
9.1. Сеть баров «Кружка»	32
Количество баров и их географическое расположение	32
Средний чек и продукция сети	35
9.2. Сеть баров «Темпл-бар».....	36
Количество баров и их географическое расположение	36

Маркетинговое исследование «Рынок баров Москвы в условиях кризиса»

Средний чек и продукция сети	38
9.3. Сеть баров «Колбасофф»	39
Количество баров и их географическое расположение	39
Средний чек и продукция сети	40
9.4. Сеть баров «Шварцвальд»	41
Количество баров и их географическое расположение	41
Средний чек и продукция сети	43
9.5. Сеть баров «Дурдинъ»	43
Количество баров и их географическое расположение	43
Средний чек и продукция сети	44
9.6. Сеть баров «Старина Миллер»	45
Количество баров и их географическое расположение	45
Средний чек и продукция сети	46
10. СЕГМЕНТАЦИЯ БАРОВ МОСКВЫ ПО НАЛИЧИЮ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ ПОМЕЩЕНИЙ	48
10.1. Помещения для VIP-клиентов	48
10.2. Помещения для курящих и некурящих	48
Сигарные комнаты	48
Столики для некурящих	49
10.3. Прочие помещения	49
Летняя веранда	49
11. ИССЛЕДОВАНИЕ БАРОВ МОСКВЫ ПО НАЛИЧИЮ РАЗВЛЕЧЕНИЙ	51
11.1. Спортивные развлечения	51
Бильярд	51
Дартс	51
11.2. Музыкальные развлечения	52
Караоке	52
Живая музыка	53
11.3. Видео - развлечения	53
11.4. Прочие развлечения	54

Кальян	54
Wi-Fi	54
Стриптиз.....	55
12. СТРУКТУРА БАРОВ МОСКВЫ ПО НАЛИЧИЮ ПАРКОВКИ.....	56
13. СЕГМЕНТАЦИЯ БАРОВ МОСКВЫ ПО ПРИЕМУ КРЕДИТНЫХ КАРТ	57
13.1. Кредитные карты American Express.....	57
13.2. Кредитные карты MasterCard и Eurocard.....	57
13.3. Кредитные карты Visa.....	58
13.4. Кредитные карты Union	58
13.5. Кредитные карты Diners Club	59
13.6. Кредитные карты Maestro	59
14. ОТДЕЛЬНЫЕ СЕГМЕНТЫ БАРОВ МОСКВЫ	60
14.1. Открытие спорт-бара.....	60
Категории клиентов спорт-баров	60
Потребности клиентов спорт-баров	61
Самые популярные спорт-бары Москвы.....	62
Открытие спорт-бара	63
14.2. Открытие пивного бара.....	64
14.3. Открытие суши-бара	66
15. ДИЗАЙН БАРА.....	69
16. ПОСЕЩЕНИЕ БАРОВ.....	73
16.1. Частота посещения баров жителями Москвы	73
16.2. С кем приходят в бары	73
ИНФОРМАЦИЯ О КОМПАНИИ INTESCO RESEARCH GROUP.....	75

МЕТОДОЛОГИЯ ПРОВЕДЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В данном маркетинговом исследовании проведен **анализ баров Москвы** в 2009 г., выявлены меры, применяемые в барах, **под воздействием кризиса**.

В работе приводится как официальная классификация предприятий общественного питания и их услуг, так и **классификация баров** в отдельности.

Исследование начинается с изучения московского рынка общественного питания, которое включает в себя:

- динамику объема рынка (с учетом 2009 года);
- структуру годового объема рынка по месяцам;
- структуру объема рынка по типам заведений;
- динамику количества предприятий общественного питания.

В работе оценивается доля баров в структуре предприятий общественного питания столицы, приводится **рейтинг баров Москвы**.

Рассмотрены **крупнейшие сети баров Москвы**:

- «Кружка»;
- «Темпл Бар»;
- «Колбасофф»;
- «Шварцвальд»;
- «Дурдинъ»;
- «Старина Миллер».

При изучении крупнейших сетей были выявлены концепции заведений, количество точек в сети, их географическое распределение по Москве, средний чек, реализуемая продукция.

Бары Москвы рассматриваются в исследовании по следующим параметрам:

- географическое расположение;
- ценовая сегментация;
- режим работы;
- наличие дополнительных помещений;
- прием различных кредитных карт (Visa, Maestro, American Express и пр.);
- наличие развлечений (спортивные, музыкальные, видео-развлечения и пр.).

- наличие парковки у заведений.

В работе также оценивается влияние кризиса на **посещаемость баров Москвы**.

Выдержки из исследования:

- Бары в структуре предприятий общепита Москвы занимают ***%. По распространенности они занимают четвертое место в столице, впереди них – кафе, столовые и рестораны.
- Крупнейшей сетью баров в Москве является «Кружка». На данный момент в состав сети входят 30 заведений, расположенных в Москве и Московской области. Расширение сети в период кризиса связано с правильно выбранной концепцией – «демократичный пивной ресторан, доступный каждому».
- Следующая по количеству баров сеть - «Темпл Бар». Заведение имеет традиционный интерьер английского паба. Средний чек здесь в 2 - 2,5 раза выше. Количество точек в сети достигает 10.
- Замыкает тройку лидеров сеть «Колбасофф» с 7 заведениями. Основными элементами меню здесь являются составляющие концепцию заведения пиво и сосиски. Средний чек сильно зависит от расположения бара, но выше, чем в «Кружке».

Источники информации, используемые в исследовании:

- Федеральная служба государственной статистики;
- Данные региональных ведомств;
- Экспертные оценки;
- Сайты компаний;
- Региональные базы предприятий общественного питания;
- Тематические информационные порталы.

СПИСОК ГРАФИКОВ, ДИАГРАММ, ТАБЛИЦ И СХЕМ

Список диаграмм:

Диаграмма 1. Доля Москвы в объеме российского рынка общественного питания в 2008 году

Диаграмма 2. Структура годового объема московского рынка общественного питания по месяцам в 2008 году

Диаграмма 3. Структура оборота московского рынка общественного питания по типам заведений в 2008 году

Диаграмма 4. Доля баров среди предприятий общественного питания Москвы в середине 2009 года

Диаграмма 5. Структура географического расположения баров Москвы по административным округам в середине 2009 года

Диаграмма 6. Доля баров Москвы, работающих круглосуточно в середине 2009 года

Диаграмма 7. Ценовая сегментация баров Москвы в 2008 году

Диаграмма 8. Доля постоянных клиентов среди посетителей сети «Кружка»

Диаграмма 9. Структура баров Москвы по предоставлению VIP-зала в середине 2009 года

Диаграмма 10. Структура баров Москвы по наличию сигарной комнаты в середине 2009 года

Диаграмма 11. Структура баров Москвы по предоставлению столиков для некурящих в середине 2009 года

Диаграмма 12. Структура баров Москвы по наличию летней веранды в середине 2009 года

Диаграмма 13. Структура баров Москвы по наличию бильярда в середине 2009 года

Диаграмма 14. Структура баров Москвы по предоставлению дартса в середине 2009 года

Диаграмма 15. Сегментация баров Москвы по возможности использования караоке в середине 2009 года

Диаграмма 16. Структура баров Москвы по наличию живой музыки в середине 2009 года

Диаграмма 17. Доля баров Москвы по предоставлению видео в середине 2009 года

Диаграмма 18. Структура баров Москвы по наличию кальяна в середине 2009 года

Диаграмма 19. Сегментация баров Москвы по возможности использования Wi-Fi в середине 2009 года

Диаграмма 20. Доля баров Москвы по проведению стриптиз-шоу в середине 2009 года

Диаграмма 21. Сегментация баров Москвы по наличию неохраняемой парковки в середине 2009 года

Диаграмма 22. Структура баров Москвы по приему карт American Express в середине 2009 года

Диаграмма 23. Сегментация баров Москвы по приему карт MasterCard и Eurocard в середине 2009 года

Диаграмма 24. Структура баров Москвы по приему карт Visa в середине 2009 года

Диаграмма 25. Доля баров Москвы по приему карт Union в середине 2009 года

Диаграмма 26. Структура баров Москвы по приему карт Diners Club в середине 2009 года

Диаграмма 27. Сегментация баров Москвы по приему карт Maestro в середине 2009 года

Маркетинговое исследование «Рынок баров Москвы в условиях кризиса»

Диаграмма 28. Структура доходов бюджетного суши бара по видам продукции

Диаграмма 29. Частота посещения баров, кафе, ресторанов жителями Москвы

Диаграмма 30. Структура посещения баров, кофеен, кафе жителями России по виду компании

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 московского рынка общественного питания в 2006-2008 гг., млрд. руб.

График 5. Динамика доли Москвы в объеме российского рынка общественного питания в 2004-2008 гг., %

График 6. Динамика объема московского рынка общественного питания по месяцам в 2006-2009 гг., млрд. руб.

График 7. Динамика количества предприятий общественного питания Москвы в 2007-2008 гг., тыс. объектов

График 8. Динамика количества заведений открытой сети предприятий общественного питания Москвы в начале 2008-2009 гг., тыс. объектов

График 9. Динамика количества посадочных мест в предприятиях общественного питания Москвы в 2007-2008 гг. в расчете на 1 тыс.жителей

График 10. Количество заведений в крупнейших сетевых барах в Москве и Московской области в середине 2009 года, единиц

Список таблиц:

Таблица 1. Рейтинг и характеристика 5 самых популярных баров Москвы в середине 2009 года

Таблица 2. Общее количество и расположение баров сети «Кружка» в середине 2009 года

Таблица 3. Планируемые к открытию бары сети «Кружка» в 2009 году

Таблица 4. Общее количество и расположение баров сети «Темпл Бар» в середине 2009 года

Таблица 5. Общее количество и расположение баров сети «Колбасофф» в середине 2009 года

Таблица 6. Общее количество и расположение баров сети «Шварцвальд» в середине 2009 года

Таблица 7. Общее количество и расположение баров сети «Дурдинъ» в середине 2009 года

Таблица 8. Общее количество и расположение баров сети «Старина Миллер» в середине 2009 года

Список схем:

Схема 1. Классификация баров по классам

Схема 2. Классификация баров по ассортименту реализуемой продукции

Схема 3. Визуализация географического расположения баров в Москве в середине 2009 года

Схема 4. Визуализация географического расположения баров «Кружка» в Москве в середине 2009 года

Схема 5. Визуализация географического расположение баров «Темпл-бар» в Москве в середине 2009 года

Схема 6. Визуализация географического расположения баров «Колбасофф» в Москве в середине 2009 года

Схема 7. Визуализация географического расположения баров «Шварцвальд» в Москве в середине 2009 года

Схема 8. Визуализация географического расположения баров «Дурдинъ» в Москве в середине 2009 года

Схема 9. Визуализация географического расположения баров «Старина Миллер» в Москве в середине 2009 года

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.