



Аналитический отчет DISCOVERY RESEARCH GROUP

Анализ рынка общественного питания в России



Агентство DISCOVERY Research Group было создано в 2005 г. За годы работы нашими клиентами стали тысячи компаний. Со списком клиентов можно ознакомиться тут: <http://www.drgroup.ru/clients.html>

Наши клиенты, в том числе - крупнейшие мировые корпорации, выражают благодарность агентству за проведенные исследования <http://www.drgroup.ru/reviews.html>

Почему маркетинговые исследования выгоднее покупать у нас?

1. Мы используем максимально полный набор источников,

который можно использовать в рамках кабинетного исследования, включая экспертные интервью с игроками рынка, результаты обработки баз данных ФТС РФ, данные ФСГС РФ (Росстата), профильных государственных органов и многие другие виды источников информации.

2. Мы обновляем исследование на момент его приобретения.

Таким образом, вы получаете обзор рынка по состоянию на самый последний момент. Наши отчеты всегда самые свежие на рынке!

3. Мы максимально визуализируем данные

путем формирования таблиц и построения диаграмм. Это позволяет клиентам тратить меньше времени на анализ данных, а также использовать подготовленные нами графики в собственных документах. Естественно, при этом очень много выводов дается в текстовом виде, ведь далеко не всю информацию можно представить в виде таблиц и диаграмм.

4. Все наши отчеты предоставляются клиентам в форматах Word и Excel,

что позволяет Вам в дальнейшем самостоятельно работать с отчетом, используя данные любым способом (изменять, копировать и вставлять в любой документ).

5. Мы осуществляем послепродажную поддержку

Любой клиент после приобретения отчета может связаться с нашим агентством, и мы в кратчайшие сроки предоставим консультацию по теме исследования.

Методология проведения исследований

Одним из направлений работы агентства DISCOVERY Research Group является подготовка *готовых исследований*. Также такие исследования называют *инициативными*, поскольку агентство самостоятельно инициирует их проведение, формулирует тему, цель, задачи, выбирает методологию проведения и после завершения проекта предлагает результаты всем заинтересованным лицам.

Мы проводим исследования рынков России, стран СНГ, Европы, США, некоторых стран Азиатско-Тихоокеанского региона.

Основным предназначением *готовых исследований* является ознакомление участников рынка – производителей, импортеров, дистрибьюторов, клиентов, всех заинтересованных лиц, – с текущей рыночной ситуацией, событиями прошлых периодов и прогнозами на будущее. *Хорошее готовое исследование должно быть логически выстроенным и внутренне непротиворечивым, емким без лишней малоприменимой информации, точным и актуальным, давать возможность быстро получить нужные сведения.*

РЫНОЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ

Хорошее готовое исследование должно отражать данные обо всех ключевых рыночных показателях, а значит содержать в себе информацию:

- об объеме, темпе роста и динамике развития производства, импорта и экспорта, и самого рынка;
- о различных сценариях прогноза ключевых показателей рынка в натуральном и стоимостном выражении;
- о структуре потребления;
- об основных сегментах рынка и ключевых отраслях;
- о ключевых тенденциях и перспективах развития рынка в ближайшие несколько лет;
- о ключевых факторах, определяющих текущее состояние и развитие рынка;
- о потребительских свойствах различных товарных групп;
- о рыночных долях основных участников рынка;
- о конкурентной ситуации на рынке;
- о финансово-хозяйственной деятельности участников рынка;
- иногда проводится мониторинг цен и определяется уровень цен на рынке;
- и др.

ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ

Для того, чтобы клиент получил максимально детальное представление об анализируемом рынке мы используем все доступные источники информации:

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы баз данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Очевидно, что использование большего числа источников позволяет исследователю, во-первых, собирать максимальный объем доступной информации, дополнять информацию из одних источников информацией из других источников, во-вторых, производить перекрестную проверку получаемых сведений.

Периодические печатные и цифровые СМИ подвержены влиянию участников рынка. При анализе необходимо внимательно сравнивать оценки разных показателей, предоставленных различными игроками. В базах данных ФТС РФ декларанты (импортеры и экспортеры) зачастую занижают импортную и экспортную цены. Кроме этого, многие источники не имеют возможности объективно и полно собирать всю необходимую информацию о рынке. Например, ФСГС РФ (Росстат) ведет учет сведений об объемах выпуска продукции не по всем кодам, существующим в классификаторе кодов ОКПД (общероссийский классификатор продукции по видам экономической деятельности). Следовательно, часть информации приходится получать из дополнительных источников.

В силу вышеназванных причин очень важно использовать максимально широкий круг источников информации.

ОБРАБОТКА БАЗ ДАННЫХ И ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При этом сбор информации – это лишь полдела. Важно *правильно обработать базы данных и рассчитать значения требующихся показателей*. Для этого нужны высокая квалификация и опыт работы в программах Access, Excel, SPSS. Наши специалисты обладают этими качествами.

Кроме того, за годы работы специалистами агентства DISCOVERY Research Group разработаны *собственное специальное программное обеспечение и алгоритмы обработки различных баз данных*, в т.ч. баз данных ФТС РФ. Это позволяет производить более точные расчеты за меньший период времени, экономя тем самым деньги Клиента. *При желании вы можете ознакомиться с ними.*

Наши Клиенты получают возможность оперировать более точными оценками всевозможных рыночных показателей, более обоснованно оценивать позиции своей компании, прогнозировать объемы собственных продаж и продаж конкурентов!!!

Этот отчет был подготовлен **DISCOVERYResearch Group** исключительно в целях информации. **DISCOVERY Research Group** не гарантирует точности и полноты всех сведений, содержащихся в отчете, поскольку в некоторых источниках приведенные сведения могли быть случайно или намеренно искажены. Информация, представленная в этом отчете, не должна быть истолкована, прямо или косвенно, как информация, содержащая рекомендации по дальнейшим действиям по ведению бизнеса. Все мнение и оценки, содержащиеся в данном отчете, отражают мнение авторов на день публикации и могут быть изменены без предупреждения.

DISCOVERY Research Group не несет ответственности за какие-либо убытки или ущерб, возникшие в результате использования любой третьей стороной информации, содержащейся в данном отчете, включая опубликованные мнения или заключения, а также за последствия, вызванные неполнотой представленной информации. Информация, представленная в настоящем отчете, получена из открытых источников. Дополнительная информация может быть представлена по запросу.

Этот документ или любая его часть не может распространяться без письменного разрешения **DISCOVERY Research Group** либо тиражироваться любыми способами.

ВАЖНО!

Задачи, поставленные и решаемые в настоящем отчете являются общими и не могут рассматриваться как комплексное исследование рынка того или иного товара или услуги. Для решения специфических задач необходимо проведение Adhoc исследования, которое в полной мере будет соответствовать потребностям бизнеса.

Основное направление деятельности **DISCOVERY Research Group** – проведение маркетинговых исследований полного цикла в Москве и регионах России, а также выполнение отдельных видов работ на разных этапах реализации исследовательского проекта.

Также **DISCOVERY Research Group** в интересах Заказчика разрабатывает и реализует PR-кампании, проводит конкурентную разведку с привлечением соответствующих ресурсов.

Специалисты агентства обладают обширными знаниями в маркетинге, методологии, методике и технике маркетинговых и социологических исследований, экономике, математической статистике и анализе данных.

Специалисты агентства являются экспертами и авторами статей в известных деловых и специализированных изданиях, среди которых Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт РБК, Профиль и ряд других.

Агентство **DISCOVERY Research Group** является партнером РИА «РосБизнесКонсалтинг» и многих других Интернет-площадок по продаже отчетов готовых исследований.

Содержание

Список таблиц и диаграмм	11
Таблицы:	11
Диаграммы:	13
Резюме	15
Глава 1. Методология исследования	16
Объект исследования	16
Цель исследования	16
Задачи исследования.....	16
Метод сбора и анализа данных	16
Источники получения информации	17
Объем и структура выборки.....	17
Глава 2. Классификация и основные характеристики общественного питания	18
Описание и основные характеристики	18
Сегмент 1 «100% Доставка курьером / Взять с собой».....	19
Сегмент 2 «Кафе / Бары»	19
Сегмент 3 «Рестораны»	19
Сегмент 4 «Фаст-фуд»	19
Сегмент 5 «Рестораны самообслуживания»	19
Сегмент 6 «Уличные палатки / киоски»	19
Глава 3. Объем и темпы роста рынка общественного питания в России	20
Количество хозяйствующих субъектов общественного питания.....	20
Оборот общественного питания и темпы роста рынка	23
Сетевые и несетевые заведения общественного питания.....	25
Оборот общественного питания по федеральным округам	27
Прогноз развития рынка.....	27
Глава 4. Рынок общественного питания в России по ключевым сегментам... ..	28
Основные показатели рынка общественного питания	28
Характеристика рынка по сегментам	30
100% Доставка курьером / Взять с собой	30
Кафе / Бары	32
Рестораны	32
Фаст-фуд	32
Рестораны самообслуживания.....	32
Уличные палатки / киоски	32
Глава 5. Рынок общественного питания в России по федеральным округам. ..	33
Центральный ФО	33

Москва.....	34
Воронеж	35
Северо-Западный ФО.....	35
Санкт-Петербург	35
Южный ФО.....	35
Северо-Кавказский ФО	35
Приволжский ФО.....	35
Пермь.....	35
Нижний Новгород.....	35
Уральский ФО	35
Челябинск.....	35
Сибирский ФО.....	35
Новосибирск.....	35
Барнаул	35
Дальневосточный ФО	35
Глава 6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка общественного питания в России	36
Изменение структуры рынка	36
В России оборот питания вне дома в 10 раз меньше оборота продовольственных товаров.....	36
Фастфуд нового образца появляется в России	36
Влияние погодных условий на развитие рынка	36
Использование технологических решений на рынке общественного питания	36
Обострение конкуренции между ресторанами и ритейлом	36
Развитие нового направления – доставка наборов продуктов	36
Ухудшение показателей столовых и стритфуд-заведений	36
Фаст-фуд растет несмотря на кризис	36
Рост популярности внутреннего туризма	36
Стремление к экономии при повышении требований к качеству ресторанного сервиса и меню.....	36
Влияние праздников на рынок общественного питания	36
Глава 7. Уровень цен на рынке общественного питания в России	37
Глава 8. Франчайзинг на рынке общественного питания в России	38
Глава 9. Стратегии продвижения на рынке общественного питания в России	39
Глава 10. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка общественного питания в России	40
Суши Маркет.....	40

Шоколадница	40
Il Patio	40
McDonald's	40
Ikea Restaurant	40
Stardog!s	40

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 49 таблиц и 28 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Типы сетей общественного питания, представленные на рынке России

Таблица 2. Количество хозяйствующих субъектов общественного питания в России по типу, тыс. ед.

Таблица 3. Наличие объектов общественного питания в России по федеральным округам, ед., мест и площадь зала обслуживания посетителей (кв. м)

Таблица 4. Оборот общественного питания в России, млрд. руб. и % прироста

Таблица 5. Оборот общественного питания в России, млн. руб. и в % (в сопоставимых ценах)

Таблица 6. Структура рынка общественного питания в России по типу (сетевые и несетевые рестораны, кафе и бары), %

Таблица 7. Динамика количества сетевых ресторанов, кафе и баров в России, шт. и % прироста

Таблица 8. Оборот общественного питания в России по федеральным округам, млн. руб. и % прироста к предыдущему году (в сопоставимых ценах)

Таблица 9. Структура рынка общественного питания в России по сегментам и типу (сетевые, несетевые), ед. заведений

Таблица 10. Структура рынка общественного питания в России по сегментам и типу (сетевые, несетевые), млн. руб.

Таблица 11. Структура рынка общественного питания в России по сегментам и категориям, % от стоимостного объема

Таблица 12. Структура рынка общественного питания в России по сегментам и типам (пища, напитки), % от стоимостного объема

Таблица 13. Структура рынка общественного питания в России по сегментам и видам заказа (оффлайн, онлайн), % от стоимостного объема

Таблица 14. Структура рынка общественного питания в России по торговым маркам и производителям, % от стоимостного выражения

Таблица 15. Количество торговых точек крупнейших сетевых заведений на рынке общественного питания в России по торговым маркам и производителям, ед. заведений

Таблица 16. Объем сегмента «100% Доставка курьером / Взять с собой» в России по типу (сетевые, несетевые), ед. заведений

Таблица 17. Объем сегмента «100% Доставка курьером / Взять с собой» в России по типу (сетевые, несетевые), млн. руб.

Таблица 18. Структура сегмента «100% Доставка курьером / Взять с собой» в России по торговым маркам и производителям, % от стоимостного выражения

Таблица 19. Объем сегмента «Кафе / Бары» в России по типу (сетевые, несетевые), ед. заведений

Таблица 20. Объем сегмента «Кафе / Бары» в России по типу (сетевые, несетевые), млн. руб.

Таблица 21. Структура сегмента «Кафе / Бары» в России по торговым маркам и производителям, % от стоимостного выражения

Таблица 22. Объем сегмента «Рестораны» в России по типу (сетевые, несетевые), ед. заведений

Таблица 23. Объем сегмента «Рестораны» в России по типу (сетевые, несетевые), млн. руб.

Таблица 24. Структура сегмента «Рестораны» в России по торговым маркам и производителям, % от стоимостного выражения

Таблица 25. Объем сегмента «Фаст-фуд» в России по типу (сетевые, несетевые), ед. заведений

Таблица 26. Объем сегмента «Фаст-фуд» в России по типу (сетевые, несетевые), млн. руб.

Таблица 27. Структура сегмента «Фаст-фуд» в России по торговым маркам и производителям, % от стоимостного выражения

Таблица 28. Объем сегмента «Рестораны самообслуживания» в России по типу (сетевые, несетевые), ед. заведений

Таблица 29. Объем сегмента «Рестораны самообслуживания» в России по типу (сетевые, несетевые), млн. руб.

Таблица 30. Структура сегмента «Рестораны самообслуживания» в России по торговым маркам и производителям, % от стоимостного выражения

Таблица 31. Объем сегмента «Уличные палатки / киоски» в России по типу (сетевые, несетевые), ед. заведений

Таблица 32. Объем сегмента «Уличные палатки / киоски» в России по типу (сетевые, несетевые), млн. руб.

Таблица 33. Структура сегмента «Уличные палатки / киоски» в России по торговым маркам и производителям, % от стоимостного выражения

Таблица 34. Оборот общественного питания в Центральном федеральном округе по субъектам РФ, млн. руб. и % прироста к предыдущему году (в сопоставимых ценах)

Таблица 35. Оборот общественного питания в Северо-Западном федеральном округе по субъектам РФ, млн. руб. и % прироста к предыдущему году (в сопоставимых ценах)

Таблица 36. Оборот общественного питания в Южном федеральном округе по субъектам РФ, млн. руб. и % прироста к предыдущему году (в сопоставимых ценах)

Таблица 37. Оборот общественного питания в Северо-Кавказском федеральном округе по субъектам РФ, млн. руб. и % прироста к предыдущему году (в сопоставимых ценах)

Таблица 38. Оборот общественного питания в Приволжском федеральном округе по субъектам РФ, млн. руб. и % прироста к предыдущему году (в сопоставимых ценах)

Таблица 39. Оборот общественного питания в Уральском федеральном округе по субъектам РФ, млн. руб. и % прироста к предыдущему году (в сопоставимых ценах)

Таблица 40. Оборот общественного питания в Сибирском федеральном округе по субъектам РФ, млн. руб. и % прироста к предыдущему году (в сопоставимых ценах)

Таблица 41. Оборот общественного питания в Дальневосточном федеральном округе по субъектам РФ, млн. руб. и % прироста к предыдущему году (в сопоставимых ценах)

Таблица 42. Средние потребительские расходы на питание вне дома на душу населения в России, руб./мес. и % прироста

Таблица 43. ТОП-15 франшиз в сфере общественного питания в России, кол-во предприятий в сети и кол-во городов присутствия

Таблица 44. Основные финансовые показатели компании ООО «Суши-Маркет», тыс. руб.

Таблица 45. Основные финансовые показатели компании ООО «Концерн Шоколадница», тыс. руб.

Таблица 46. Основные финансовые показатели компании ООО «Росинтер Ресторантс», тыс. руб.

Таблица 47. Основные финансовые показатели компании ООО «Макдоналдс», тыс. руб.

Таблица 48. Основные финансовые показатели компании ООО «Икеа Дом», тыс. руб.

Таблица 49. Основные финансовые показатели компании ООО «Маркон», тыс. руб.

Диаграммы:

Диаграмма 1. Количество хозяйствующих субъектов общественного питания в России по типу, % от натурального объема

Диаграмма 2. Оборот общественного питания в России, млрд. руб. и % прироста

Диаграмма 3. Структура рынка общественного питания в России по типу (сетевые и несетевые рестораны, кафе и бары), %

Диаграмма 4. Динамика количества сетевых ресторанов, кафе и баров в России, шт. и % прироста

Диаграмма 5. Динамика прироста выручки 23 ведущих сетевых ресторанных компаний и динамика оборота общественного питания в России, % прироста

Диаграмма 6. Оборот общественного питания в России по федеральным округам, % от стоимостного объема

Диаграмма 7. Структура рынка общественного питания в России по сегментам и типу (сетевые, несетевые), ед. заведений

Диаграмма 8. Структура рынка общественного питания в России по сегментам и типу (сетевые, несетевые), млн. руб.

Диаграмма 9. Структура рынка общественного питания в России по категориям, % от стоимостного объема

Диаграмма 10. Структура рынка общественного питания в России по типам (пища, напитки), % от стоимостного объема

Диаграмма 11. Структура рынка общественного питания в России по видам заказа (оффлайн, онлайн), % от стоимостного объема

Диаграмма 12. Структура рынка общественного питания в России по торговым маркам, % от стоимостного выражения

Диаграмма 13. Структура рынка общественного питания в России по крупнейшим сетевым брендам, % от натурального выражения

Диаграмма 14. Структура сегмента «100% Доставка курьером / Взять с собой» в России по торговым маркам, % от стоимостного выражения

Диаграмма 15. Структура сегмента «Кафе / Бары» в России по торговым маркам, % от стоимостного выражения

Диаграмма 16. Структура сегмента «Рестораны» в России по торговым маркам, % от стоимостного выражения

Диаграмма 17. Структура сегмента «Фаст-фуд» в России по торговым маркам, % от стоимостного выражения

Диаграмма 18. Структура сегмента «Рестораны самообслуживания» в России по торговым маркам, % от стоимостного выражения

Диаграмма 19. Структура сегмента «Уличные палатки / киоски» в России по торговым маркам, % от стоимостного выражения

Диаграмма 20. Структура оборота общественного питания в Центральном федеральном округе по субъектам РФ, % от стоимостного объема

Диаграмма 21. Структура оборота общественного питания в Северо-Западном федеральном округе по субъектам РФ, % от стоимостного объема

Диаграмма 22. Структура оборота общественного питания в Южном федеральном округе по субъектам РФ, % от стоимостного объема

Диаграмма 23. Структура оборота общественного питания в Северо-Кавказском федеральном округе по субъектам РФ, % от стоимостного объема

Диаграмма 24. Структура оборота общественного питания в Приволжском федеральном округе по субъектам РФ, % от стоимостного объема

Диаграмма 25. Структура оборота общественного питания в Уральском федеральном округе по субъектам РФ, % от стоимостного объема

Диаграмма 26. Структура оборота общественного питания в Сибирском федеральном округе по субъектам РФ, % от стоимостного объема

Диаграмма 27. Структура оборота общественного питания в Дальневосточном федеральном округе по субъектам РФ, % от стоимостного объема

Диаграмма 28. Средние потребительские расходы на питание вне дома на душу населения в России, руб. в мес. и % прироста

Резюме

Агентство маркетинговых исследований DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка общественного питания в России.

Оборот общественного питания в России в 2015 году составил 1 308,1 млрд. руб., что на 6,0% больше показателя 2014 года. В 2016 году оборот рынка составил 1 351,9 млрд. руб., что на 3,3% больше, чем в 2015 году. За период с 2008 по 2016 гг. отрицательный темп прироста был зафиксирован только в 2009 году – тогда оборот рынка снизился на 1,6%.

По мнению экспертов рынка, оборот рынка в 2017 году вырос на 2,5% по сравнению с 2016 годом, что составляет 1 340,8 млрд. руб. С 2011 года темпы прироста постепенно сокращаются: это может говорить в том числе о постепенном насыщении рынка, что приведет к усилению конкуренции между игроками.

На российском рынке общественного питания преобладают сетевые заведения. Тем не менее, за период с мая 2014 года по май 2017 года доля сетевых заведений постепенно сокращается: с 80,8% в 2014 году до 77,8% в 2017 году. Доля несетевых заведений при этом соответственно выросла с 19,2% в 2014 году до 22,2% в 2017 году.

Наибольшая доля оборота общественного питания в России принадлежит Центральному ФО – 26,9% в 2016 году или 363,5 млрд. руб. Далее следует Приволжский ФО. Замыкает тройку лидеров Северо-Западный ФО – 11,0% в 2016 году или 148,1 млрд. руб.

Кризис привел к появлению на российском рынке общественного питания двух новых сегментов — fast casual (модные и демократичные закусочные) и пекарен. Такие заведения пока занимают незначительную долю, но уже демонстрируют значительный прирост.

Глава 1. Методология исследования

Объект исследования

Рынок общественного питания в России.

Цель исследования

Текущее состояние и перспективы развития рынка.

Задачи исследования

1. Объем, темпы роста и динамика развития рынка общественного питания в России.
2. Сегменты рынка общественного питания в России.
3. Структура потребления общественного питания в России.
4. Рыночные доли производителей и брендов (основных участников) на рынке общественного питания в России.
5. Конкурентная ситуация на рынке общественного питания в России.
6. Прогноз развития рынка общественного питания в России.
7. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка (в ближайшие несколько лет) общественного питания в России.
8. Факторы, определяющие текущее состояние и развитие рынка общественного питания в России.
9. Факторы, препятствующие росту рынка общественного питания в России.
10. Финансово-хозяйственная деятельность участников рынка общественного питания в России.
11. Уровень цен на рынке общественного питания в России.

Метод сбора и анализа данных

Основным методом сбора данных является мониторинг документов.

В качестве основных методов анализа данных выступают так называемые (1) Традиционный (качественный) контент-анализ интервью и документов и (2) Квантитативный (количественный) анализ с применением пакетов программ, к которым имеет доступ наше агентство.

Контент-анализ выполняется в рамках проведения Desk Research (кабинетное исследование). В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке общественного питания и получить (рассчитать) показатели, характеризующие его состояние в настоящее время и в будущем.

Источники получения информации

1. Базы данных Федеральной Таможенной службы РФ, ФСГС РФ (Росстат).
2. Материалы DataMonitor, EuroMonitor, Eurostat.
3. Печатные и электронные деловые и специализированные издания, аналитические обзоры.
4. Ресурсы сети Интернет в России и мире.
5. Экспертные опросы.
6. Материалы участников отечественного и мирового рынков.
7. Результаты исследований маркетинговых и консалтинговых агентств.
8. Материалы отраслевых учреждений и базы данных.
9. Результаты ценовых мониторингов.
10. Материалы баз данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
11. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
12. Материалы Всемирного банка (World Bank).
13. Материалы ВТО (World Trade Organization).
14. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
15. Материалы International Trade Centre.
16. Материалы Index Mundi.
17. Результаты исследований DISCOVERY Research Group.

Объем и структура выборки

Процедура контент-анализа документов не предполагает расчета объема выборочной совокупности. Обработке и анализу подлежат все доступные исследователю документы.

Глава 2. Классификация и основные характеристики общественного питания

В данной главе рассматривается классификация общественного питания. Представлены сведения о различных видах общественного питания, которые формируют сегменты рынка.

Рынок общественного питания включает в себя различные сегменты. По данным Euromonitor International, в рынок общественного питания входят сегменты:

- 100% Доставка курьером / Взять с собой,
- Кафе / Бары,
- Рестораны,
- Фаст-фуд,
- Рестораны самообслуживания,
- Уличные палатки / киоски.

Описание и основные характеристики

Общественное питание — отрасль народного хозяйства, ...

...

...

Таблица 1. Типы сетей общественного питания, представленные на рынке России

Тип сети	Характеристика сети	Представители
Глобальная		

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Сегмент 1 «100% Доставка курьером / Взять с собой»

Данный сегмент предполагает ...

Сегмент 2 «Кафе / Бары»

Сегмент 3 «Рестораны»

Сегмент 4 «Фаст-фуд»

Сегмент 5 «Рестораны самообслуживания»

Сегмент 6 «Уличные палатки / киоски»

Глава 3. Объем и темпы роста рынка общественного питания в России

Количество хозяйствующих субъектов общественного питания

...

...

Количество индивидуальных предпринимателей, работающих в сфере общественного питания, составило в 2015 году ...

Примечание: данный показатель представлен на сайте ФСГС РФ только по 2015 год. Данные за 2016-2017 гг. в этом источнике не представлены.

Таблица 2. Количество хозяйствующих субъектов общественного питания в России по типу в 2005-2015 гг., тыс. ед.

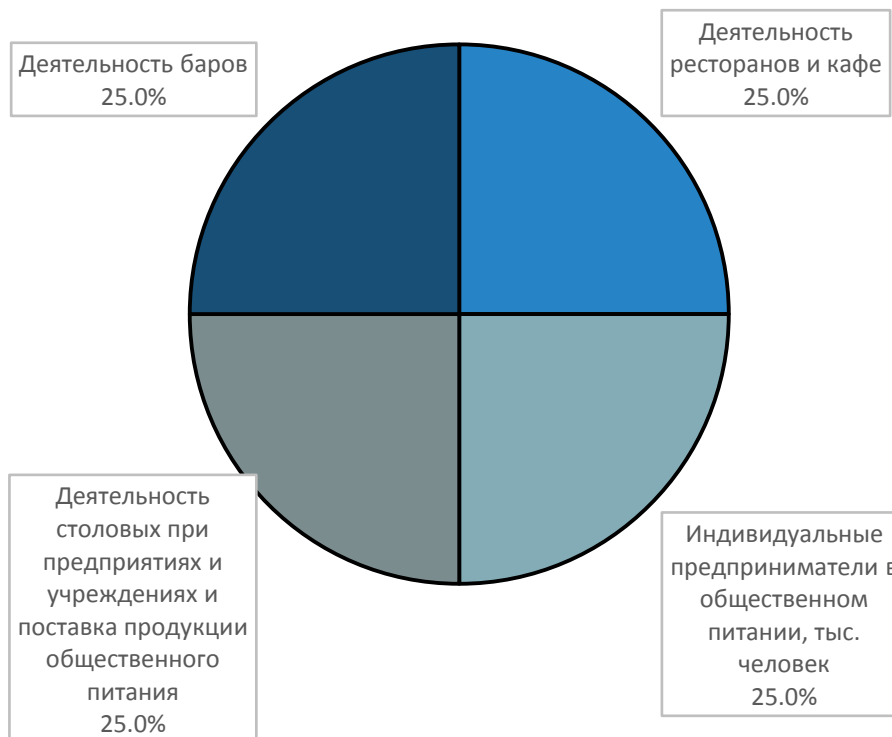
Тип хозяйствующего субъекта	2005	2012	2013	2014	2015
Деятельность ресторанов и кафе					
Деятельность баров					
Деятельность столовых при предприятиях и учреждениях и поставка продукции общественного питания					
Индивидуальные предприниматели в общественном питании, тыс. человек					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

В структуре рынка общественного питания в России по типу хозяйствующих субъектов в 2015 году основную долю составили ...

...

Диаграмма 1. Количество хозяйствующих субъектов общественного питания в России по типу в 2015, % от натурального объема



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

...

...

...

Таблица 3. Наличие объектов общественного питания в России по федеральным округам на 31 декабря 2016 года, ед., мест и площадь зала обслуживания посетителей (кв. м)

ФО	Общедоступные столовые, закусочные			Столовые учебных заведений, организаций, промышленных предприятий			Рестораны, кафе, бары		
	количество, единиц	в них мест	площадь зала, кв.м	количество, единиц	в них мест	площадь зала, кв.м	количество, единиц	в них мест	площадь зала, кв.м
Центральный ФО									
Северо-Западный ФО									
Южный ФО									
Северо-Кавказский ФО									
Приволжский ФО									
Уральский ФО									
Сибирский ФО									
Дальневосточный ФО									
ВСЕГО									

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Оборот общественного питания и темпы роста рынка

Оборот общественного питания в России в 2015 году составил 1 308,1 млрд. руб., что на 6,0% больше показателя 2014 года. В 2016 году оборот рынка составил 1 351,9 млрд. руб., что на 3,3% больше, чем в 2015 году.

За период с 2008 по 2016 гг. отрицательный темп прироста был зафиксирован только в 2009 году – тогда оборот рынка снизился на 1,6%.

По мнению экспертов рынка, оборот рынка в 2017 году вырос на 2,5% по сравнению с 2016 годом, что составляет 1 340,8 млрд. руб.

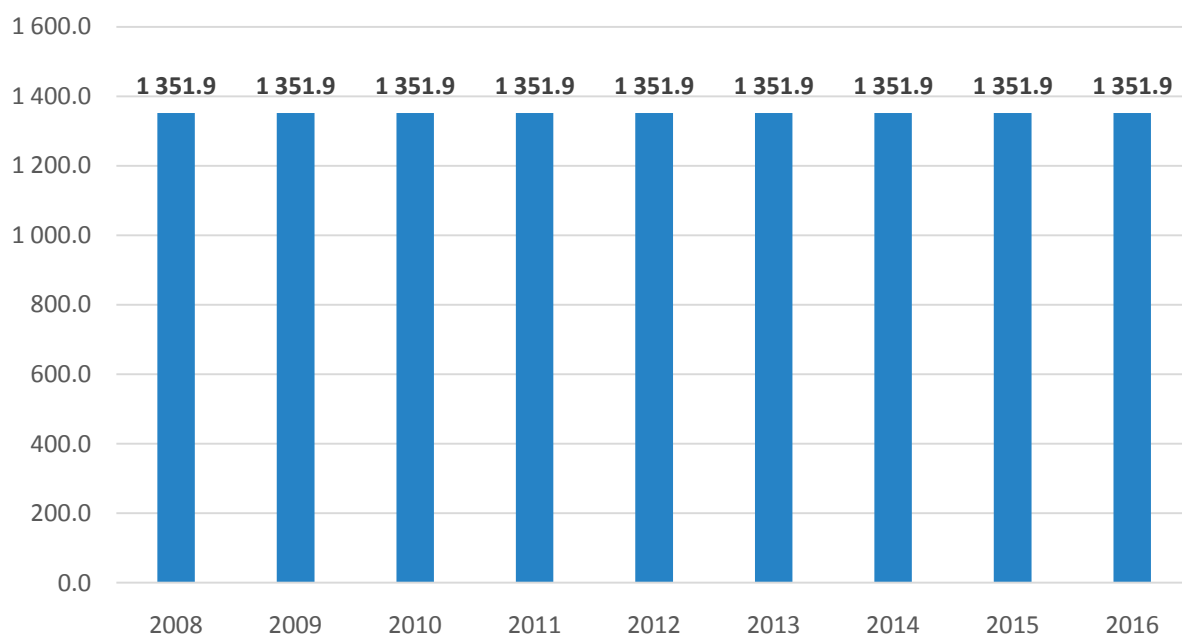
Таблица 4. Оборот общественного питания в России в 2008-2016 гг., млрд. руб. и % прироста

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Всего									
% прироста									

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

С 2011 года темпы прироста постепенно сокращаются: это может говорить в том числе о постепенном насыщении рынка, что приведет к усилению конкуренции между игроками.

Диаграмма 2. Оборот общественного питания в России в 2008-2016 гг., млрд. руб. и % прироста



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

В таблице ниже представлена динамика оборота общественного питания в России с 2000 года и процентное соотношение показателей по отношению к 1985 г., 1990 г., 1995 г. и по отношению к предыдущему году.

Примечание: В целях обеспечения статистической сопоставимости данных относительные показатели по Российской Федерации в 2014-2016 гг. рассчитаны без учета сведений по Республике Крым и г. Севастополю.

Таблица 5. Оборот общественного питания в России в 2000-2016 гг., млн. руб. и в % (в сопоставимых ценах)

Год	Млн. руб.	В процентах (в сопоставимых ценах)			
		к 1985	к 1990	к 1995	к пред. году
2000					
2001					
2002					
2003					
2004					
2005					
2006					
2007					
2008					
2009					
2010					
2011					
2012					
2013					
2014					
2015					
2016					

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Сетевые и несетевые заведения общественного питания

На российском рынке общественного питания преобладают сетевые заведения. Тем не менее, за период с мая 2014 года по май 2017 года доля сетевых заведений постепенно сокращается: с 80,8% в 2014 году до 77,8% в 2017 году.

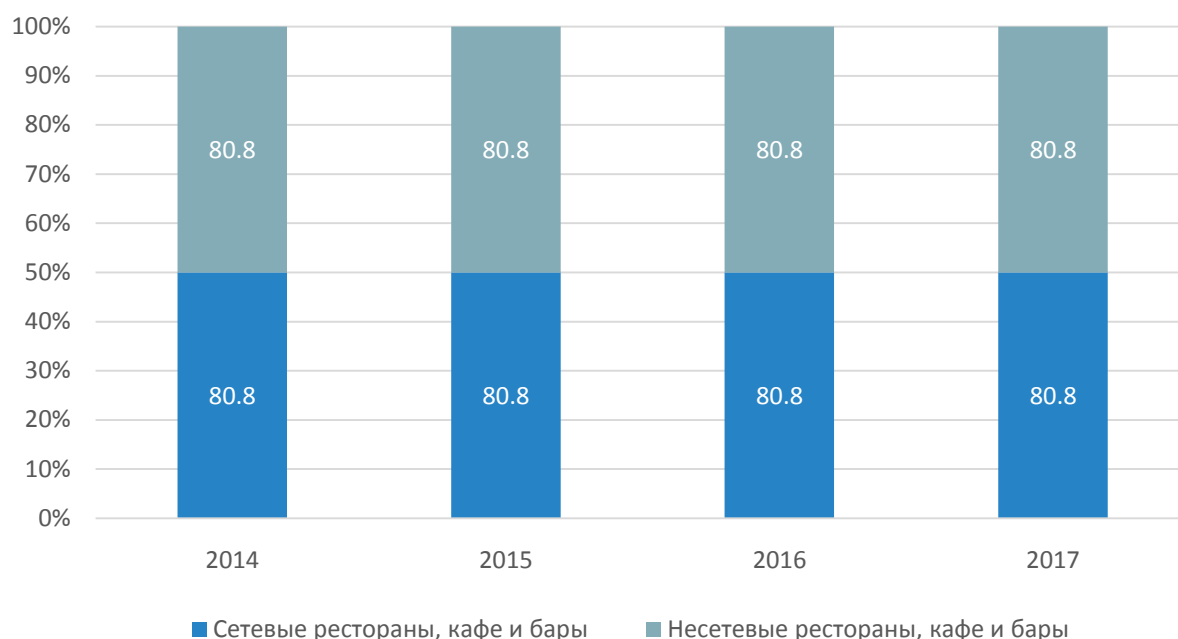
Доля несетевых заведений при этом соответственно выросла с 19,2% в 2014 году до 22,2% в 2017 году.

Таблица 6. Структура рынка общественного питания в России по типу (сетевые и несетевые рестораны, кафе и бары), май 2014 - май 2017, %

Показатель	2014	2015	2016	2017
Сетевые рестораны, кафе и бары				
Несетевые рестораны, кафе и бары				

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 3. Структура рынка общественного питания в России по типу (сетевые и несетевые рестораны, кафе и бары), май 2014 - май 2017, %



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

В 2016 году суммарное количество сетевых ресторанов, кафе и баров в России оценивалось в ...

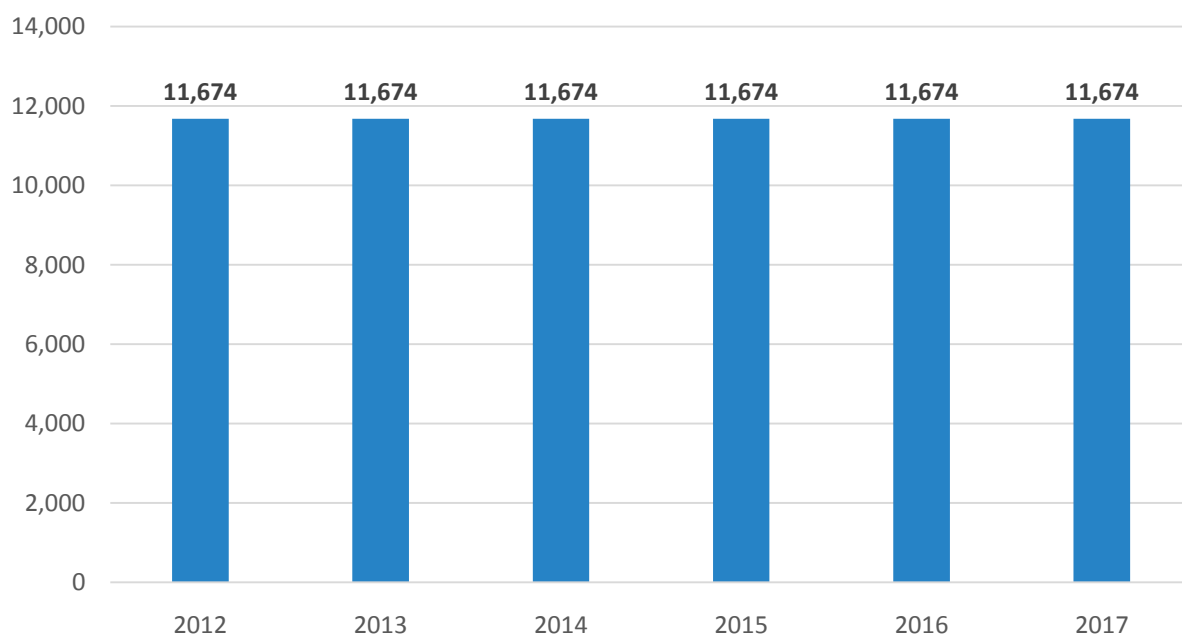
...

Таблица 7. Динамика количества сетевых ресторанов, кафе и баров в России, март 2012 - март 2017, шт. и % прироста

Показатель	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Количество сетевых ресторанов, кафе и баров						
% прироста						

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 4. Динамика количества сетевых ресторанов, кафе и баров в России, март 2012 - март 2017, шт. и % прироста



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

...

...

...

Оборот общественного питания по федеральным округам

...

...

...

Прогноз развития рынка

На дальнейшее развитие рынка общественного питания в России окажут влияние следующие факторы и тенденции:

- ...
- ...
- Кризис привел к появлению на российском рынке общественного питания двух новых сегментов — fast casual (модные и демократичные закусочные) и пекарен. Такие заведения пока занимают незначительную долю, ...
- ...
- ...

Глава 4. Рынок общественного питания в России по ключевым сегментам

Основные показатели рынка общественного питания

...

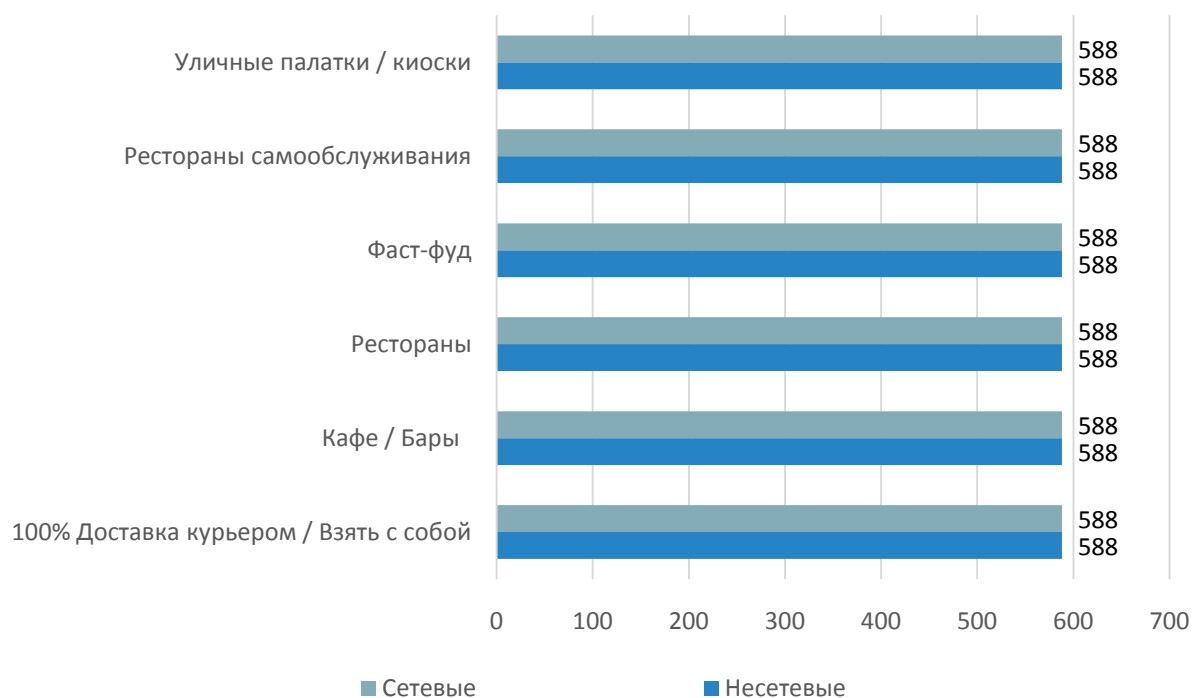
...

Таблица 8. Структура рынка общественного питания в России по сегментам и типу (сетевые, несетевые) в 2016 г., ед. заведений

Тип	Несетевые	Сетевые	Количество торговых точек всего
100% Доставка курьером / Взять с собой			
Кафе / Бары			
Рестораны			
Фаст-фуд			
Рестораны самообслуживания			
Уличные палатки / киоски			
ВСЕГО			

Источник: данные Euromonitor International

Диаграмма 5. Структура рынка общественного питания в России по сегментам и типу (сетевые, несетевые) в 2016 г., ед. заведений



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным Euromonitor International

...

...

...

Характеристика рынка по сегментам

100% Доставка курьером / Взять с собой

Объем сегмента «100% Доставка курьером / Взять с собой» в России в натуральном выражении составил в 2016 году ...

Таблица 9. Объем сегмента «100% Доставка курьером / Взять с собой» в России по типу (сетевые, несетевые) в 2011-2016 гг., ед. заведений

Тип	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Пицца (Только доставка курьером / Взять с собой)						
Сетевые						
Несетевые						
Прочая доставка курьером / Взять с собой						
Сетевые						
Несетевые						
Сетевые ИТОГ						
Несетевые ИТОГ						
ВСЕГО						

Источник: данные Euromonitor International

Объем сегмента «100% Доставка курьером / Взять с собой» в России в стоимостном выражении составил в 2016 году ...

Таблица 10. Объем сегмента «100% Доставка курьером / Взять с собой» в России по типу (сетевые, несетевые) в 2011-2016 гг., млн. руб.

Тип	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Пицца (Только доставка курьером / Взять с собой)						
Сетевые						
Несетевые						
Прочая доставка курьером / Взять с собой						
Сетевые						
Несетевые						
Сетевые ИТОГ						
Несетевые ИТОГ						
ВСЕГО						

Источник: данные Euromonitor International

В структуре сегмента «100% Доставка курьером / Взять с собой» в России в 2016 году в стоимостном выражении лидируют торговые марки ...

Таблица 11. Структура сегмента «100% Доставка курьером / Взять с собой» в России по торговым маркам и производителям в 2013-2016 гг., % от стоимостного выражения

Торговая марка	Компания	2013	2014	2015	2016
Прочие					
ВСЕГО					

Источник: данные Euromonitor International

Диаграмма 6. Структура сегмента «100% Доставка курьером / Взять с собой» в России по торговым маркам в 2016 г., % от стоимостного выражения



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным Euromonitor International

Кафе / Бары

Рестораны

Фаст-фуд

Рестораны самообслуживания

Уличные палатки / киоски

Глава 5. Рынок общественного питания в России по федеральным округам

Центральный ФО

Оборот общественного питания в Центральном ФО в 2016 году составил ...

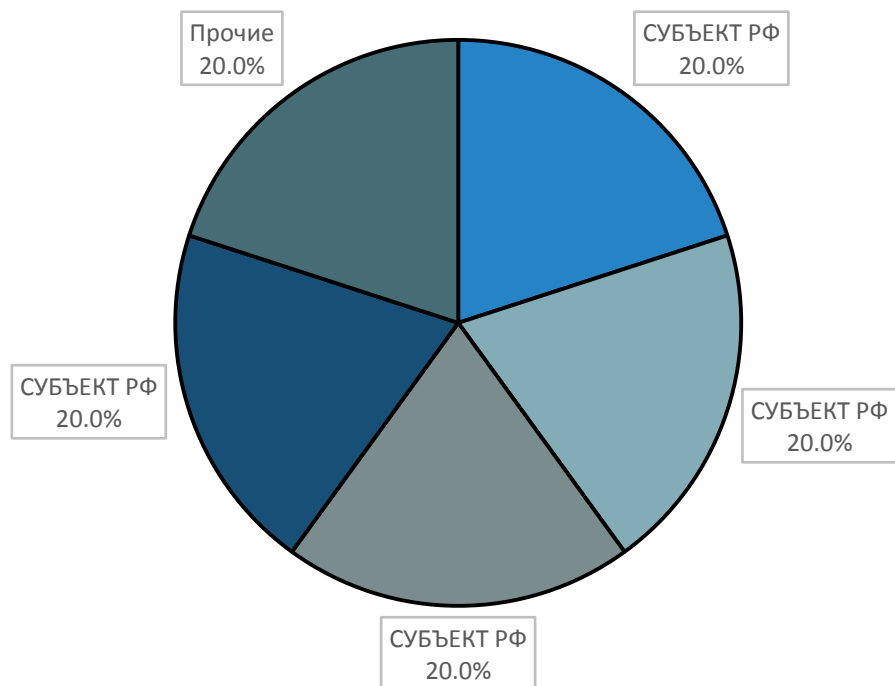
...

Таблица 12. Оборот общественного питания в Центральном федеральном округе по субъектам РФ в 2015-2016 гг., млн. руб. и % прироста к предыдущему году (в сопоставимых ценах)

Субъект РФ	2015		2016	
	млн. руб.	%	млн. руб.	%
Центральный ФО				
Белгородская область				

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Диаграмма 7. Структура оборота общественного питания в Центральном федеральном округе по субъектам РФ в 2016 г., % от стоимостного объема



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Москва

На московском рынке общественного питания можно отметить следующие события и тенденции:

- ...
- ...
- ...

Воронеж

Северо-Западный ФО

Санкт-Петербург

Южный ФО

Северо-Кавказский ФО

Приволжский ФО

Пермь

Нижний Новгород

Уральский ФО

Челябинск

Сибирский ФО

Новосибирск

Барнаул

Дальневосточный ФО

Глава 6. Основные события, тенденции и перспективы развития рынка общественного питания в России

Изменение структуры рынка

В России оборот питания вне дома в 10 раз меньше оборота продовольственных товаров

Фастфуд нового образца появляется в России

Влияние погодных условий на развитие рынка

Использование технологических решений на рынке общественного питания

Обострение конкуренции между ресторанами и ритейлом

Развитие нового направления – доставка наборов продуктов

Ухудшение показателей столовых и стритфуд-заведений

Фаст-фуд растет несмотря на кризис

Рост популярности внутреннего туризма

Стремление к экономии при повышении требований к качеству ресторанного сервиса и меню

Влияние праздников на рынок общественного питания

Глава 7. Уровень цен на рынке общественного питания в России

Средние потребительские расходы на питание вне дома на душу населения в России в 2015 году составили ...

...

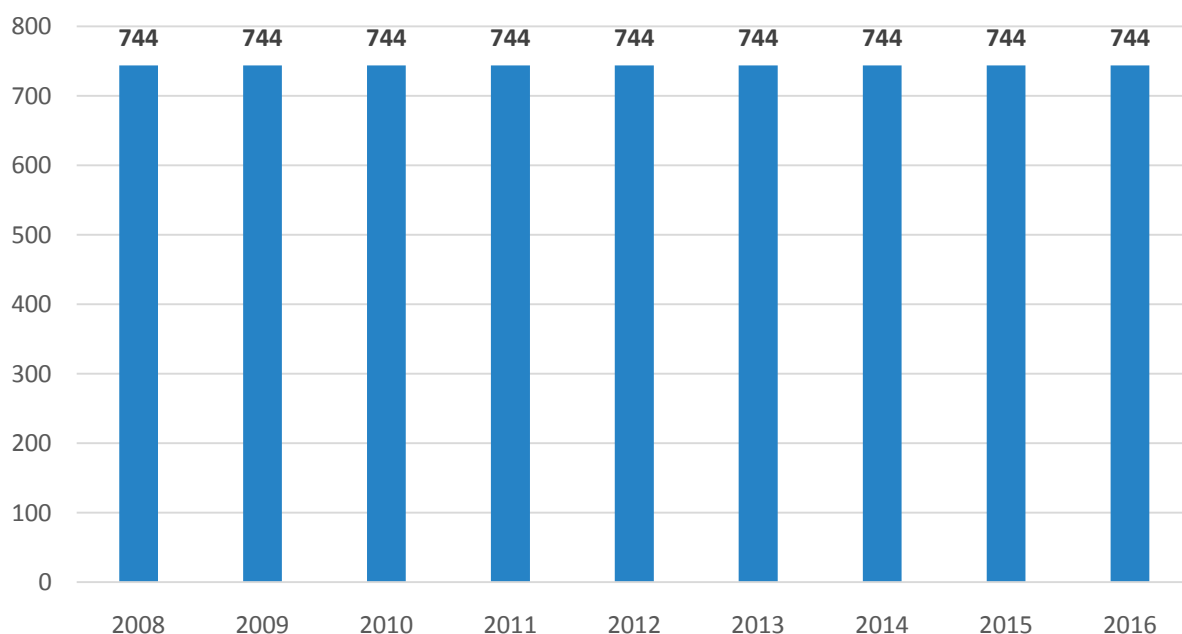
...

Таблица 13. Средние потребительские расходы на питание вне дома на душу населения в России в 2008-2016 гг., руб./мес. и % прироста

Показатель	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Средние расходы									
% прироста									

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Диаграмма 8. Средние потребительские расходы на питание вне дома на душу населения в России в 2008-2016 гг., руб. в мес. и % прироста



Источник: расчеты DISCOVERY Research Group

Глава 8. Франчайзинг на рынке общественного питания в России

В таблице ниже представлены ТОП-15 франшиз на рынке общественного питания в России. Это самые успешные франчайзинговые проекты по результатам 2017 года.

...

...

Таблица 14. ТОП-15 франшиз в сфере общественного питания в России в 2017 г., кол-во предприятий в сети и кол-во городов присутствия

№	Название	Тип	Количество предприятий в сети	Количество городов присутствия
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				

Источник: расчеты DISCOVERY Research Group по данным ФСГС РФ

Примечание: На стадии предварительного отбора ...

Глава 9. Стратегии продвижения на рынке общественного питания в России

- *Связи с общественностью (PR)*

...

...

...

Глава 10. Финансово-хозяйственная деятельность и планы развития ключевых игроков рынка общественного питания в России

Суши Маркет

Шоколадница

Il Patio

McDonald's

Ikea Restaurant

Stardogs!

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERY RESEARCH GROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 4, этаж 4

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (499) 394-53-60, (495) 968-13-14

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

