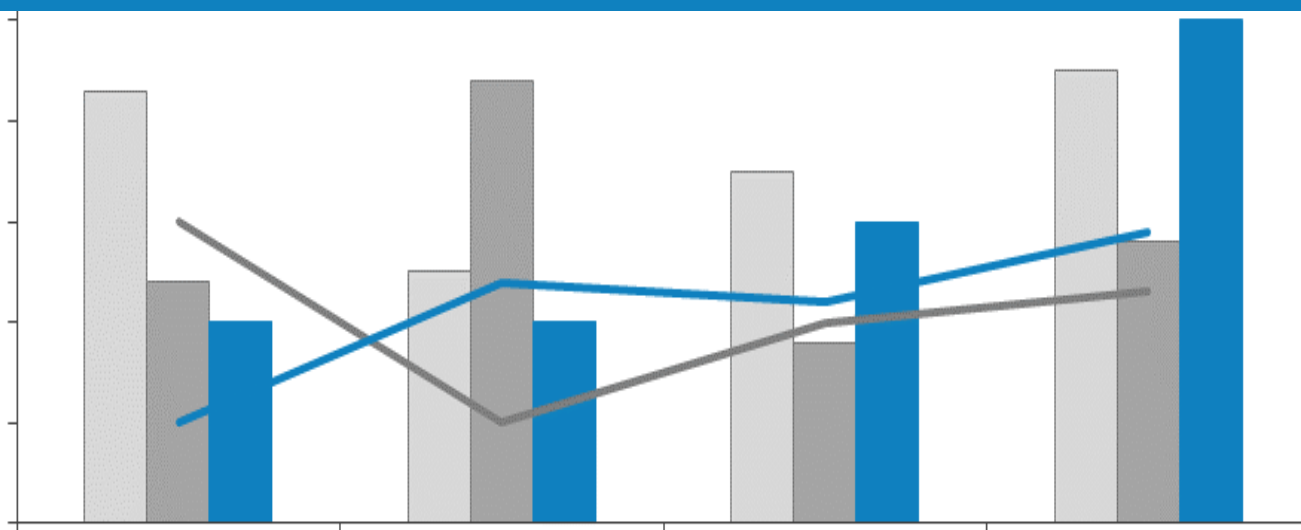




Аналитический отчет

DISCOVERYRESEARCHGROUP

Рынок общественного питания в Центральном федеральном округе.



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 Компания, Профиль, РБК-Daily, Секрет фирмы и ряд других.

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

Содержание

Содержание	8
Таблицы:	10
Диаграммы:	10
Резюме	Ошибка! Закладка не определена.
Глава 1. Технологические характеристики исследования	Ошибка! Закладка не определена.
Цель исследования	13
Задачи исследования.....	13
Объект исследования	Ошибка! Закладка не определена.
Метод сбора и анализа данных	Ошибка! Закладка не определена.
Источники получения информации	Ошибка! Закладка не определена.
Объем и структура выборки.....	Ошибка! Закладка не определена.
Глава 2. Ключевые показатели рынка общественного питания в России	Ошибка! Закладка не определена.
2.1. Объем рынка общественного питания	Ошибка! Закладка не определена.
2.2 Объем рынка по федеральным округам	Ошибка! Закладка не определена.
2.3 Темпы роста рынка общественного питания	Ошибка! Закладка не определена.
2.4 Количество, вместимость и площадь объектов общественного питания	Ошибка! Закладка не определена.
2.5 Прогноз развития рынка.....	Ошибка! Закладка не определена.
Глава 3. Потребительские расходы на общественное питание	Ошибка! Закладка не определена.
3.1. Динамика потребительских расходов на общественное питание за 2014 год	Ошибка! Закладка не определена.
3.2. Потребительские расходы на общественное питание в зависимости от экономических показателей	Ошибка! Закладка не определена.
3.3. Потребительские расходы на общественное питание в зависимости от географического фактора	Ошибка! Закладка не определена.
Глава 4. Основные игроки рынка.....	Ошибка! Закладка не определена.
Глава 5. Сегменты рынка общественного питания	Ошибка! Закладка не определена.
<i>Характеристика рынка общественного питания</i>	Ошибка! Закладка не определена.
<i>Сегментирование рынка по типу обслуживания</i>	Ошибка! Закладка не определена.
<i>Структура рынка по сегментам</i>	Ошибка! Закладка не определена.
<i>Динамика оборота сегментов рынка</i>	Ошибка! Закладка не определена.
<i>Количество предприятий в сегментах.....</i>	Ошибка! Закладка не определена.

Динамика изменения количества точек общественного питания по сегментам с декабря 2013 по март 2015 гг..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 6. Рынок общественного питания в крупных городах Центрального федерального округа 25

Москва..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Объем рынка общественного питания в Москве **Ошибка! Закладка не определена.**

*Темпы роста рынка общественного питания в Москве***Ошибка! Закладка не определена.**

Насыщенность рынка заведениями общественного питания в Москве **Ошибка! Закладка не определена.**

Наиболее популярные типы заведений общественного питания в Москве **Ошибка! Закладка не определена.**

*Популярность кафе, ресторанов национальной кухни и кофеен***Ошибка! Закладка не определена.**

Предпочтение овощных салатов и блюд из мяса **Ошибка! Закладка не определена.**

Потребительские расходы жителей Москвы **Ошибка! Закладка не определена.**

Перспективы развития объектов общественного питания в городе Москве до 2025 года..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Желаемые изменения по опросу потребителей в ресторанах, кафе и барах **Ошибка! Закладка не определена.**

Проблемы рынка в 2014 году..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Воронеж **Ошибка! Закладка не определена.**

Оборот рынка общественного питания..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Сети питания **Ошибка! Закладка не определена.**

Основные события на рынке общественного питания Воронежа **Ошибка! Закладка не определена.**

Ключевые игроки рынка в Воронеже **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 7. Маркетинговые особенности в сфере общественного питания **Ошибка! Закладка не определена.**

7.1. Особенности ценообразования в заведениях общественного питания **Ошибка! Закладка не определена.**

7.2. Особенности составления меню **Ошибка! Закладка не определена.**

7.3 Складское хозяйство как элемент системы качества на предприятиях общественного питания..... **Ошибка! Закладка не определена.**

7.4. Управление рестораном и сотрудниками **Ошибка! Закладка не определена.**

Глава 8. Тенденции на рынке общественного питания**Ошибка! Закладка не определена.**

8.1. Развитие сегмента быстрого питания **Ошибка! Закладка не определена.**

8.2. Развитие сегмента street-food	Ошибка! Закладка не определена.
8.3. Расширение сетей за счет спальных районов	Ошибка! Закладка не определена.
8.4. Развитие франчайзинга	Ошибка! Закладка не определена.
8.5. Географические тенденции на рынке	Ошибка! Закладка не определена.
8.6. Сокращение числа торговых точек в начале 2015 года	Ошибка! Закладка не определена.
Глава 9. Франчайзинг	Ошибка! Закладка не определена.

Список таблиц и диаграмм

Отчет содержит 8 таблиц и 26 диаграмм.

Таблицы:

Таблица 1. Число объектов общественного питания по типам и по размеру в конце 2013 года. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 2. Тор-10 брендов по доле объема на российском рынке общественного питания 2010-2013, % **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 3. Тор-10 брендов по количеству объектов в сети на российском рынке в 2013 г., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 4. Количество предприятий в сегментах в 2013 году, шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 5. Показатели развития объектов общественного питания в городе Москве до 2025 года, тыс. посадочных мест26

Таблица 6. Потребность в развитии объектов общественного питания по административным округам Москвы до 2025 года, посадочных мест26

Таблица 7. Ожидаемая емкость сети общественного питания Москвы до 2025 года **Ошибка! Закладка не определена.**

Таблица 8. Мероприятия по развитию объектов общественного питания на территории Москвы до 2025 года, тысяч посадочных мест **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграммы:

Диаграмма 1. Динамика оборота общественного питания в России в 2006–2014гг., млрд. руб. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 2. Доля рынка общественного питания России, приходящаяся на регионы Российской Федерации в 2013 году, %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 3. Темпы прироста рынка общественного питания в России в 2007-2013г. по федеральным округам, в % к предыдущему году **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 4. Динамика роста рынка общественного питания в России в 2007-2013г. по федеральным округам..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 5. Рейтинг субъектов РФ с минимальными и максимальными темпами роста рынка общественного питания (торговли) в 2013г., в % к 2012 году..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 6. Доля количества объектов общественного питания по типу в России на начало 2014 года, %..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 7. Доля объектов общественного питания по их вместимости (количеству мест) по типу на начало 2014 года, % **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 8. Динамика числа объектов общественного питания по типам в 2008-2013 гг., шт. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 9. Количество объектов общественного питания по федеральным округам в начале 2014 года, % **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 10. Число объектов общественного питания по типу в различных федеральных округах в начале 2014 года, количество объектов в округе, тыс. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 11. Средние потребительские расходы на общественное питание в России в 2012- 2014гг. по кварталам, руб. на одного члена домохозяйства в месяц **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 12. Средние потребительские расходы на общественное питание в городской и сельской местности в III квартале 2012-2014 гг., руб. на одного члена домохозяйства в месяц **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 13. Средние потребительские расходы на общественное питание в зависимости от количества детей в возрасте до 16 лет в III квартале 2013 и 2014 гг., руб. на одного члена домохозяйства в месяц **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 14. Средние потребительские расходы на общественное питание в зависимости от доходной группы в 2013 и 2014 гг., руб. на одного члена домохозяйства в месяц..... **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 15. Средние потребительские расходы на общественное питание по регионам в III квартале 2013 и 2014 гг., руб. на одного члена домохозяйства в месяц **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 16. Структура рынка общественного питания по типам заведений в России в 2014 году, в стоимостном выражении, в % **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 17. Динамика изменения объема рынка общественного питания сегментам в России в 2008-2014 гг., млн. руб. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 18. Объем рынка общественного питания, приходящийся на сетевые заведения, в России в 2008-2013 гг., в стоимостном выражении, млн. руб. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 19. Оборот общественного питания в Москве в 2004–2013гг. млрд. руб. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 20. Количество посадочных мест на 1 тысячу жителей, 2013 г. .. **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 21. Количество объектов общественного питания по типам в Москве, март 2014 года, шт. и %25

Диаграмма 22. Структура рынка сетей общественного питания в зависимости от концепции заведения, 2013 г., % **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 23. Структура предпочтений различных видов блюд на рынке сетей общественного питания, 2013 г., в % **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 24. Доля расходов жителей Москвы и крупных зарубежных городов на питание дома и вне дома, 2013, % расходов домохозяйств на питание **Ошибка! Закладка не определена.**

Диаграмма 25. Распределение заведений общественного питания Москвы по размеру среднего чека, март 2014 г., шт. и %25

Диаграмма 26. Факторы, влияющие на ценовые решения в заведениях общественного питания **Ошибка! Закладка не определена.**

Резюме

В мае 2015 года маркетинговое агентство DISCOVERY Research Group завершило исследование рынка общественного питания в Центральном федеральном округе.

Анализируя столичный рынок общественного питания, необходимо отметить, что в общероссийском объеме рынка доля Москвы по состоянию на 2013 год составляет ... %. Москва и Московская область составляют практически ... в обороте общественного питания в стране.

По данным Мосгорстата, в 2013 году темп роста данного рынка в Москве составил ...%. Такой показатель говорит о том, что рынок общественного питания в Москве до сих пор ненасыщен и обладает широкими возможностями для дальнейшего развития.

Походы в ресторан или кафе как способ провести время в той или иной степени востребованы почти у каждого второго москвича (...%), в частности ...% опрошенных посещают их время от времени и чаще. Около ...% москвичей регулярно посещают заведения общественного питания.

Что касается рынка общественного питания в г. Воронеже, то его оборот по данным за январь 2014 года составил ... млн. рублей, что в % к соответствующему периоду 2013 года составило ...%.

По данным за 2013 год в Воронеже насчитывалось около ... предприятий питания. Наиболее массово представлен сегмент кафе и столовых.

Согласно данным Росстата, в 2014 году оборот рынка общественного питания повысился на ...% по сравнению с 2013 годом. Однако в январе оборот ресторанов, кафе, баров и других организаций общественного питания в России снизился на ...% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года, а за два месяца он сократился уже на ...%.

По оценке EuromonitorInternational, при благоприятных обстоятельствах можно ожидать, что в течение следующих 3 лет объем рынка увеличится практически в ... раза и уже в 2017 году приблизится к ... трлн. руб.¹

¹ Мы считаем данный прогноз излишне оптимистичным

Глава 1. Технологические характеристики исследования

Цель исследования

Описать текущее состояние и перспективы развития российского рынка общественного питания в Центральном федеральном округе.

Задачи исследования

1. Оценить ключевые показатели рынка общественного питания в России: объем и темпы прироста рынка общественного питания, количество объектов общественного питания и средние потребительские расходы на питание вне дома.
2. Описать особенности и динамику потребительских расходов на общественное питание, а также исследовать их зависимость от категории населения и географического фактора.
3. Охарактеризовать основные тенденции и перспективы развития рынка общественного питания в России.
4. Исследовать состояние рынка общественного питания по федеральным округам.
5. Описать деятельность основных игроков на российском рынке предприятий общественного питания.
6. Исследовать рынок общественного питания в Центральном федеральном округе, в городах-миллионниках данного округа, обороты рынка, основных игроков на рынке, перспективы развития.

Объект исследования

Рынок общественного питания в России.

Метод сбора и анализа данных

Мониторинг документов.

В общем виде целью кабинетного исследования является проанализировать ситуацию на рынке общественного питания в России 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. Материалы баз данных статистики ООН (United Nations Statistics Division: Commodity Trade Statistics, Industrial Commodity Statistics, Food and Agriculture Organization и др.).
10. Материалы Международного Валютного Фонда (International Monetary Fund).
11. Материалы Всемирного банка (World Bank).
12. Материалы ВТО (World Trade Organization).
13. Материалы Организации экономического сотрудничества и развития (Organization for Economic Cooperation and Development).
14. Материалы International Trade Centre.
15. Материалы Index Mundi.
16. 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.

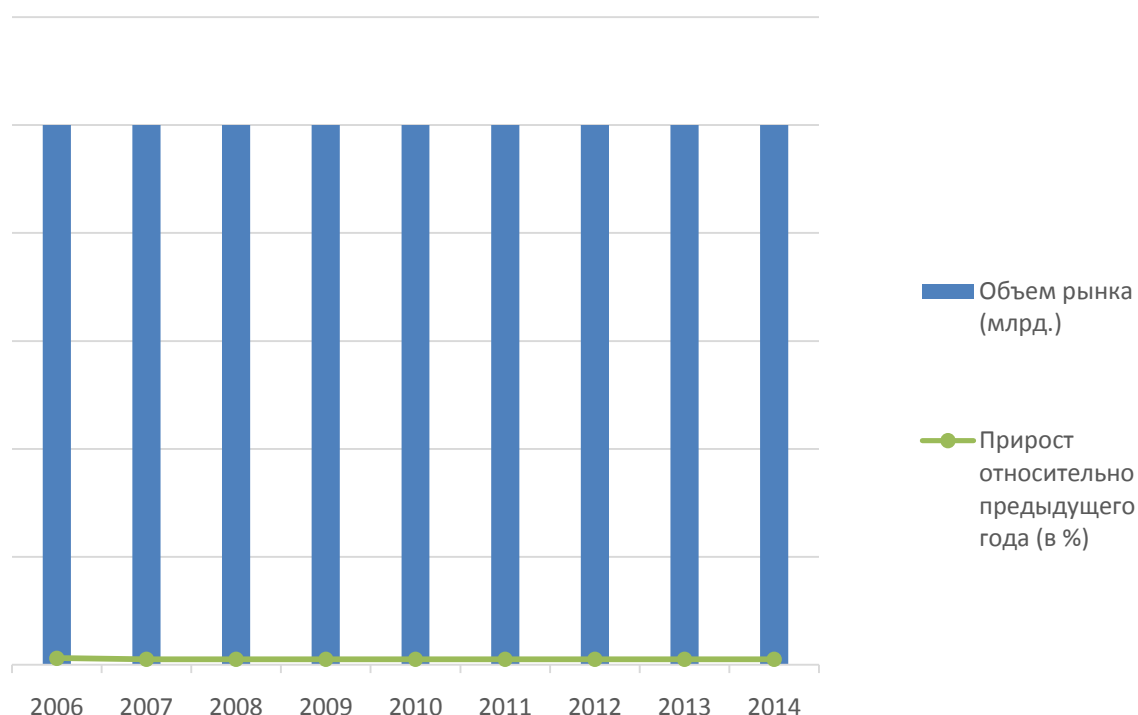
Глава 2. Ключевые показатели рынка общественного питания в России

2.1. Объём рынка общественного питания

Рынок общественного питания в 2013 году значительно вырос как по числу объектов общественного питания, так и по объёму продаж.

Оборот общественного питания в России в 2013 году оборот составил ... млрд. руб. В 2014 оборот составил ... млрд. рублей, таким образом повысившись за год на %.

Диаграмма 1. Динамика оборота общественного питания в России в 2006–2014гг., млрд. руб.



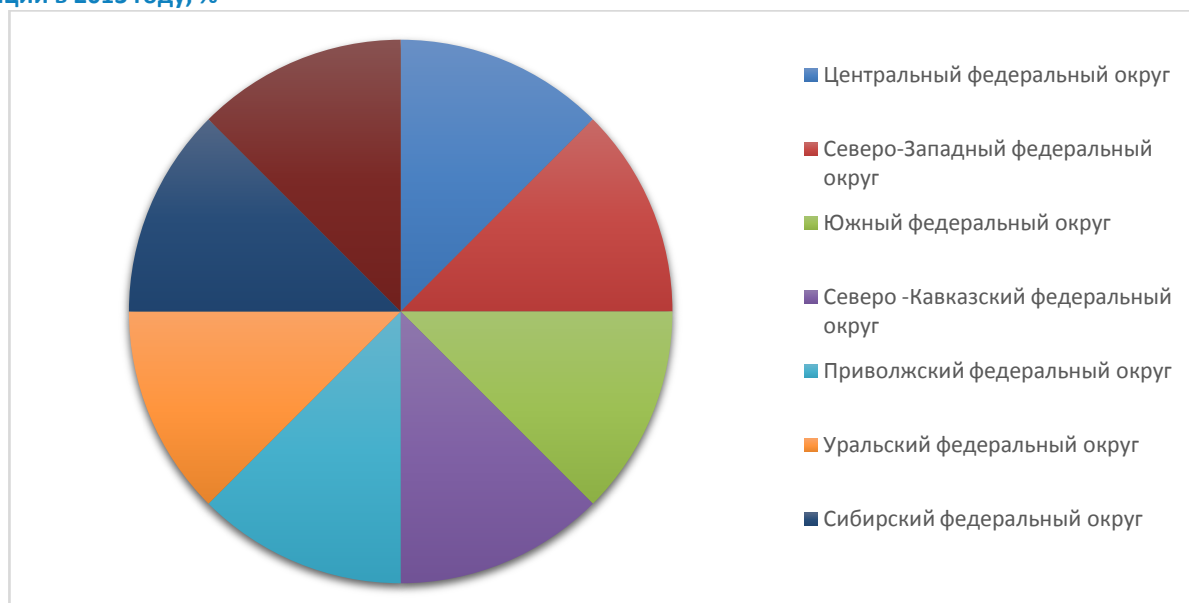
Источник: Росстат

Оборот ресторанов, кафе, баров и других организаций общественного питания в России в январе 2015 года ... на ...% по сравнению с аналогичным периодом 2014 года и составил ... млрд рублей. Оборот общественного питания в феврале 2015 года составил ... млрд. рублей, что на ... % меньше, чем за аналогичный период 2014 года. За два месяца оборот рынка сократился на ... % до ... млрд. рублей. Такие данные приводятся в основном докладе Росстата.

2.2 Объем рынка по федеральным округам

В 2013 году чуть больше ... общероссийского оборота общественного питания приходилась на ... федеральный округ – ... млрд. руб. На втором месте по обороту общественного питания находится ... федеральный округ с оборотом ... млрд. руб., что составило ... % от общероссийского.

Диаграмма 2. Доля рынка общественного питания России, приходящаяся на регионы Российской Федерации в 2013 году, %

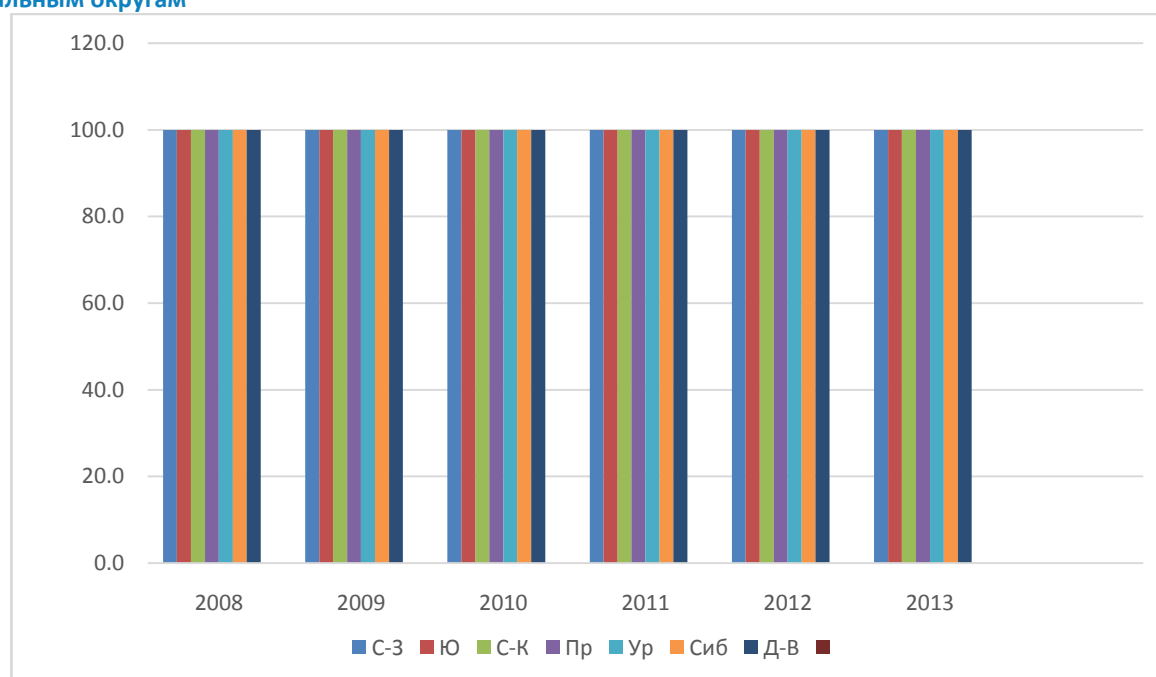


Источник: расчеты DISCOVERY Research Group Росстат по данным Росстата

Из 83 субъектов Российской Федерации ... оборота общественного питания приходится на ТОП-10 субъектов РФ: только на долю города Москвы приходится ... млрд. рублей оборота в 2013 году, что составляет около ... % общероссийского оборота рынка и более чем в ... раза превосходит оборот общественного питания, приходящийся на весь ... федеральный округ.

2.3 Темпы роста рынка общественного питания

Диаграмма 4. Динамика роста рынка общественного питания в России в 2007-2013г. по федеральным округам

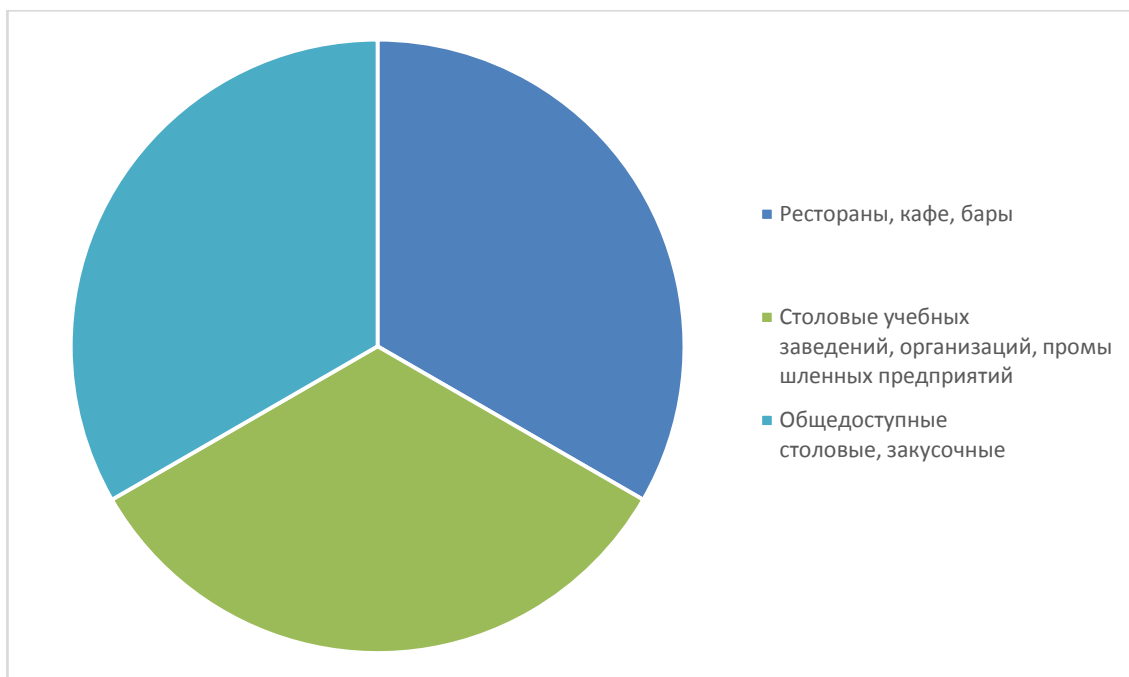


2.4 Количество, вместимость и площадь объектов общественного питания

На начало 2014 года в России насчитывалось ... тыс. различных объектов общественного питания, вместимостью ... млн. мест и общей площадью ... тыс. кв. км.

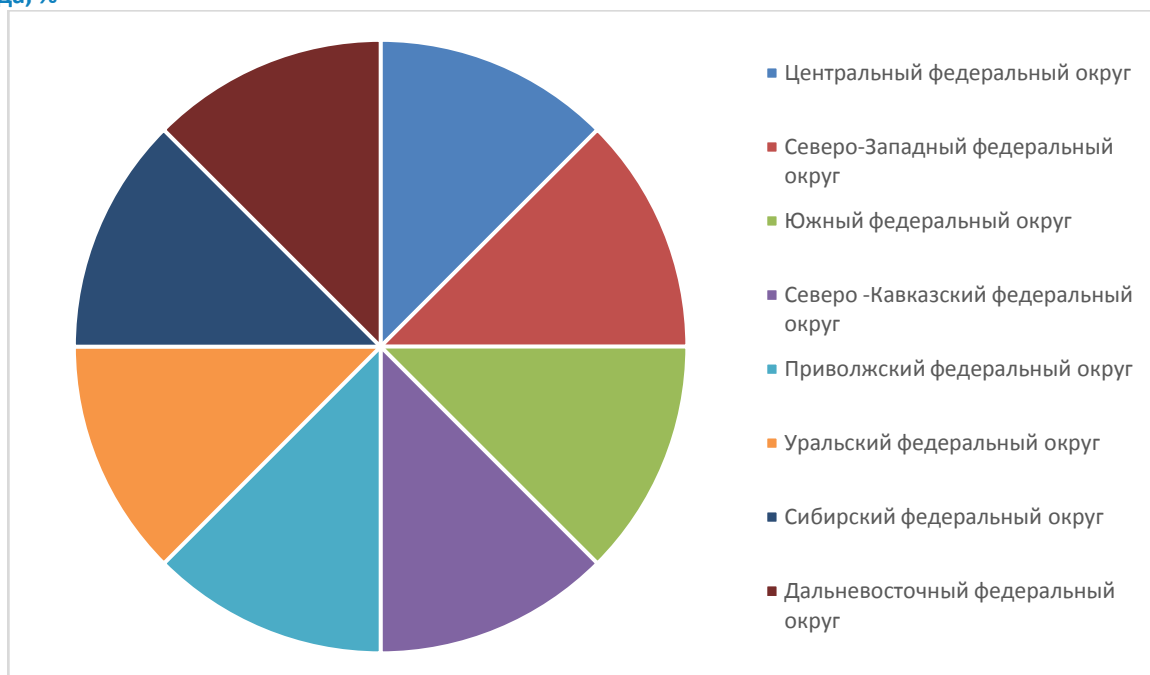
В этот период в России ... % всех точек общественного питания составляли рестораны, кафе и бары (... тыс. объектов).

Диagramма 6. Доля количества объектов общественного питания по типу в России на начало 2014 года, %



Источник: расчеты DISCOVERYResearchGroupРосстат по данным Росстата

Диagramма 9. Количество объектов общественного питания по федеральным округам в начале 2014 года, %



Источник: расчеты DISCOVERYResearchGroupРосстат по данным Росстата

2.5 Прогноз развития рынка

Согласно исследованиям Euromonitor International, рынок общественного питания будет ... По их оценке, если в 2015 году объем продаж на рынке должен составить ... млрд. рублей, то в 2018 году он может достигнуть уже ... млрд. рублей.

В 2012 году Euromonitor оценил рынок фаст-фуда в России примерно в \$... млрд. Крупнейшие игроки – По прогнозу Euromonitor, к 2015 году данный рынок ... И планы как федеральных, так местных сетей в этот прогноз легко укладываются. По данным УК «Финам Менеджмент», в 2014 российский рынок общественного питания оценивается почти ... При благоприятных обстоятельствах можно ожидать, что в течение следующих 3 лет объем рынка увеличится практически в ... раза и уже в 2017 году приблизится к ... руб.²

По мнению Геннадия Кочеткова, вице-президента Subway Russia Franchising Company ресторанный бизнес в России, а в частности рынок ..., стремительно ... и в ближайшие годы

² Мы считаем данный прогноз излишне оптимистичным

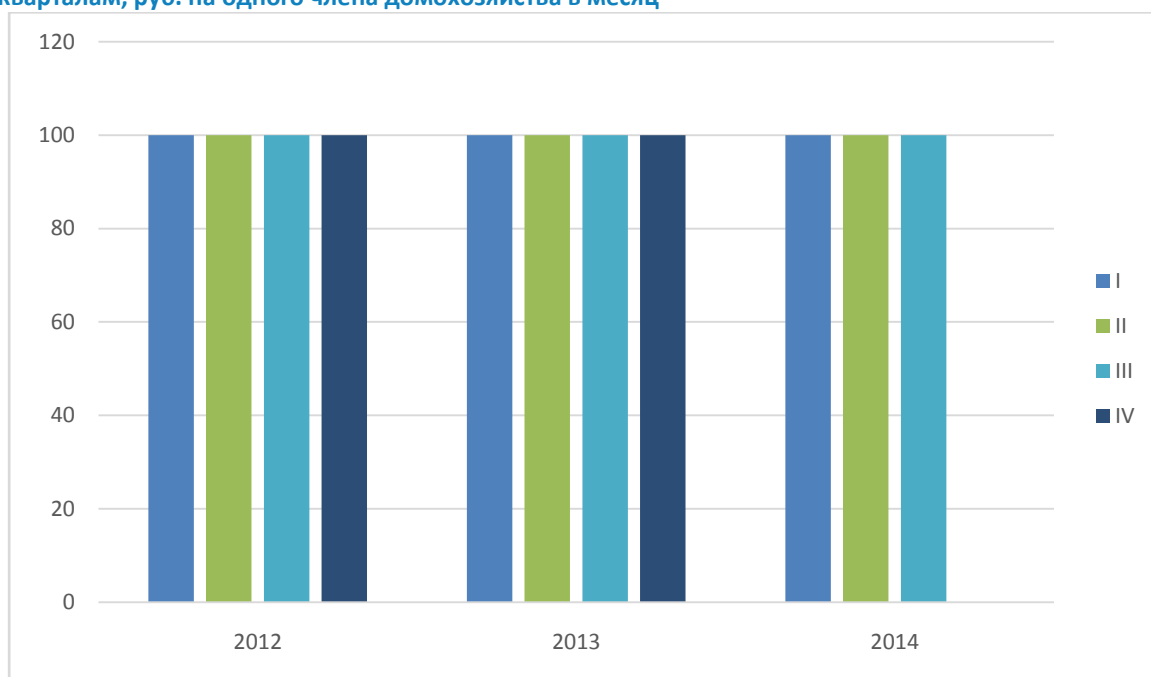
Глава 3. Потребительские расходы на общественное питание

3.1. Динамика потребительских расходов на общественное питание за 2014 год

По данным выборочного обследования домашних хозяйств³, которое ежеквартально проводится Росстатом, в первом квартале 2014 году средние расходы на общественное питание (рестораны, бары, кафе) составили ... руб. в месяц на одного члена домохозяйства, во втором квартале – ... в месяц, в третьем квартале – ... руб. в месяц.

В сравнении с аналогичными периодами прошлого года расходы на питание вне дома ... в первом квартале на ... %, во втором квартале – на ... %, а в третьем квартале ... на ...%.

Диаграмма 11. Средние потребительские расходы на общественное питание в России в 2012-2014гг. по кварталам, руб. на одного члена домохозяйства в месяц



Источник: расчеты DISCOVERYResearchGroupРосстат по данным Росстата

³ Обследование охватывает 47765 домохозяйств ежеквартально.

Глава 4. Основные игроки рынка

По объему рынка в стоимостном выражении наибольшую долю занимает сегмент ... В связи с этим, лидерами рейтинга продаж на рынке общественного питания в России являются ведущие сети данного сегмента.

Таблица 2. Топ-10 брендов по доле объема на российском рынке общественного питания 2010-2013, %

Бренд	Владелец	2010	2011	2012	2013

Источник: Euromonitor International

Однако по числу филиалов в России ... занимает далеко не 1-е место. Первое место принадлежит сети ...

Таблица 3. Топ-10 брендов по количеству объектов в сети на российском рынке в 2013 г., шт.

Бренд	Владелец	Количество объектов обществ. питания	Бренд

Источник: Euromonitor International

Глава 5. Сегменты рынка общественного питания

Характеристика рынка общественного питания

Рынок общественного питания в 2013 году значительно ... как по числу объектов общественного питания, так и по объему продаж.

Согласно исследованиям маркетологов, в 2013 году в России действовала ... сеть общественного питания. А общее количество сетевых ресторанов и кафе превышает ... заведений. Таким образом, ...% всех ресторанов, баров и кафе, работающих на российском рынке общественного питания, являются сетевыми.

Сегментирование рынка по типу обслуживания

Рынок общественного питания можно быть сегментирован множеством различных способов, один из которых – это разделение всех организаций по типу обслуживания.

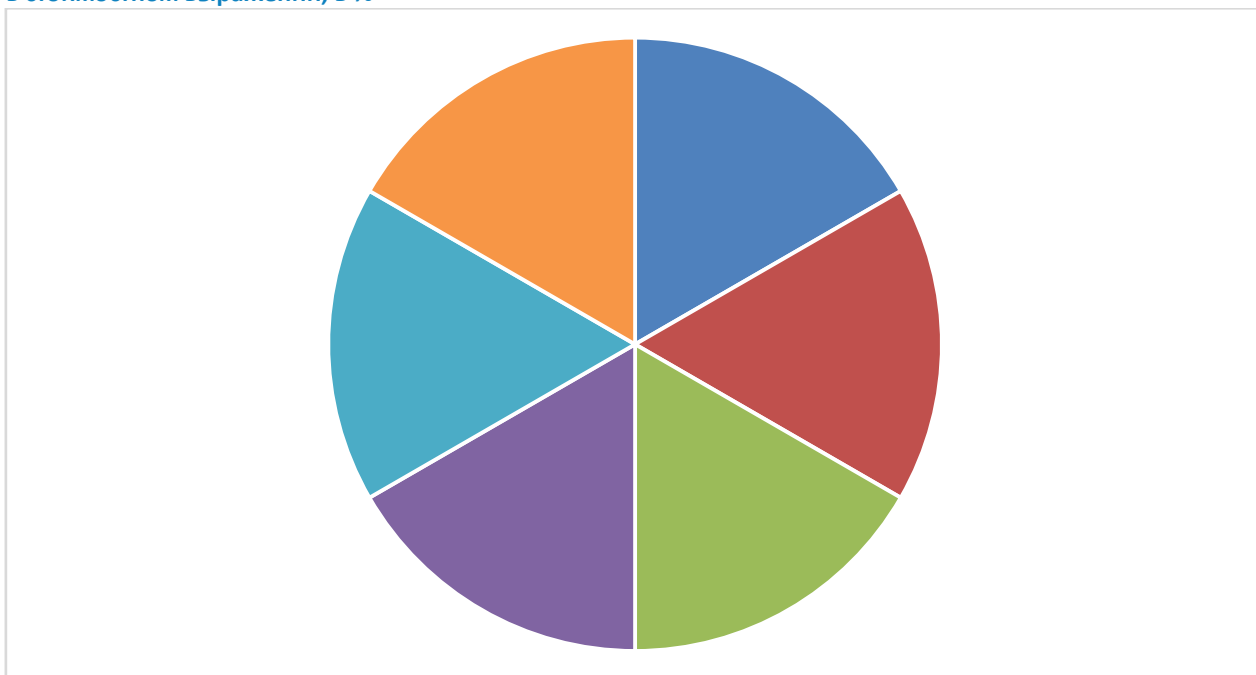
В рамках данного способа сегментирования, можно выделить следующие элементы рынка:

-
-
-
-
-
-

Структура рынка по сегментам

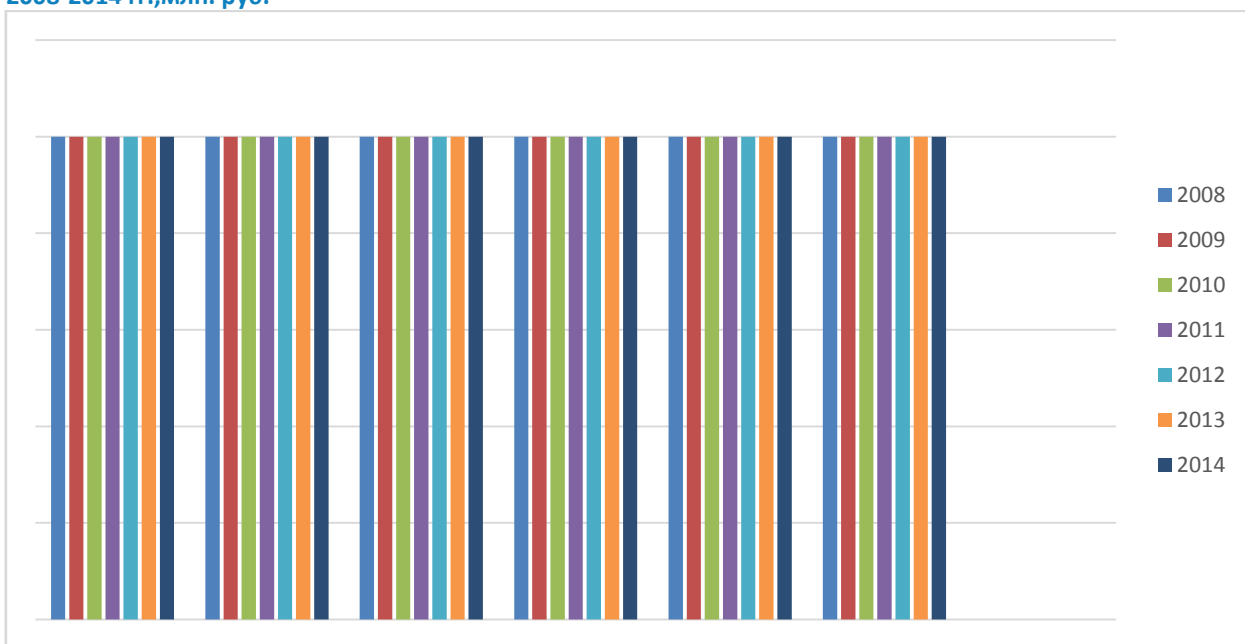
Согласно данным EuromonitorInternational, наибольшая доля рынка в России в 2014 году приходилась на сегмент Они составляют ... % объема всего рынка общественного питания. Следующую позицию занимают ..., доля которых составляет ... % рынка.

Диаграмма 16. Структура рынка общественного питания по типам заведений в России в 2014 году, в стоимостном выражении, в %



Источник: Euromonitor International

Диаграмма 17. Динамика изменения объема рынка общественного питания сегментам в России в 2008-2014 гг.,млн. руб.



Источник: расчетыDISCOVERYResearchGroupРосстатподанным Euromonitor International

В России доля сетевых магазинов различна для разных сегментов рынка. Например, в сегменте кафе/пабы на долю сетевых заведений приходится порядка 5-10% всех объектов, остальную долю составляют независимые заведения.

Количество предприятий в сегментах

По данным за 2013 год, в России расположено более ... тыс. объектов общественного питания. Из них ... тысяч приходится на независимые организации, а 12 тысяч – на сетевые. Наибольшее число объектов принадлежит к группе кафетериев самообслуживания (30 тыс. объектов, из которых всего 100 сетевых). На следующей позиции по числу объектов находится фаст-фуды с 24,6 тыс. заведений, из которых 7 тыс. сетевых и 17,6 несетевых заведений быстрого питания.

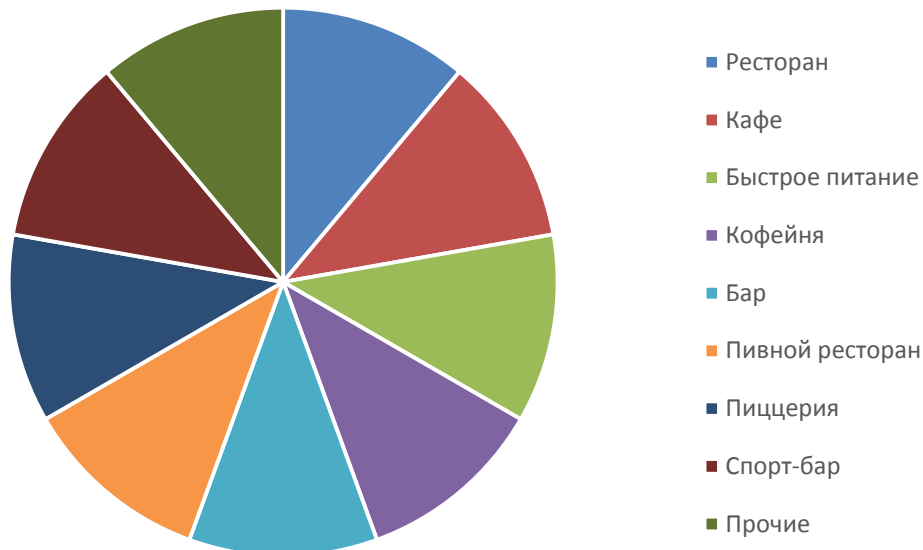
Таблица 4. Количество предприятий в сегментах в 2013 году, шт.

Сегменты	Несетевые	Сетевые	Всего

Источник: Euromonitor International

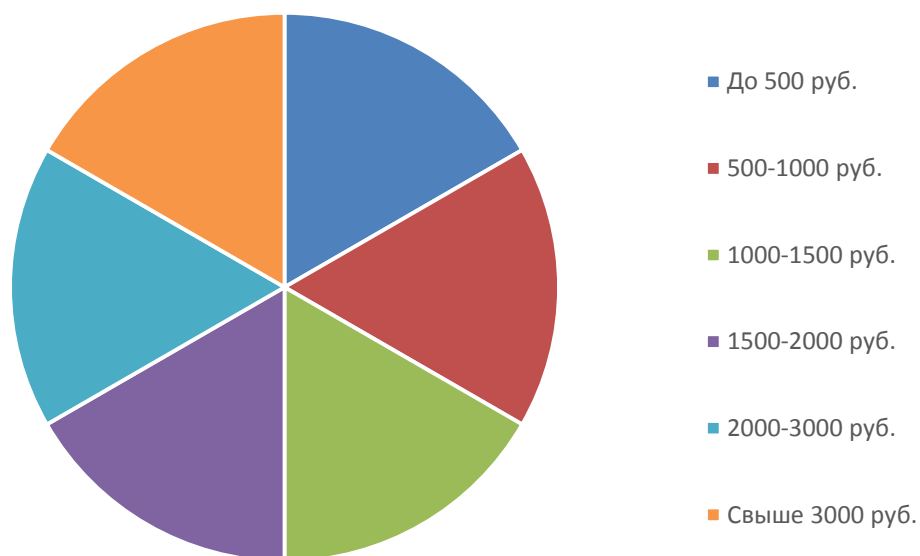
Глава 6. Рынок общественного питания в крупных городах Центрального федерального округа

Диаграмма 21. Количество объектов общественного питания по типам в Москве, март 2014 года, шт. и %



Источник: расчеты DISCOVERYRESEARCHGROUP

Диаграмма 25. Распределение заведений общественного питания Москвы по размеру среднего чека, март 2014 г., шт. и %



Источник: по данным портала menu.ru

Таблица 5. Показатели развития объектов общественного питания в городе Москве до 2025 года, тыс. посадочных мест

Специализации объектов	Потребность в развитии - всего	в том числе:	
		на первоочередной этап (2016 г.)	на расчетный срок
ВСЕГО			
в том числе:			
Объекты районного назначения			
Столовые			
Кафе (детские, молодежные, семейные, прочие)			
Объекты быстрого питания			
Объекты городского значения			
Бары, рестораны			

Источник: Департамент торговли и услуг Москвы

Таблица 6. Потребность в развитии объектов общественного питания по административным округам Москвы до 2025 года, посадочных мест

Административный округ	Потребность в развитии - всего	в том числе:	
		на I очередь (до 2016 г.)	на II очередь (до 2025 г.)
Центральный			
Северный			
Северо-Восточный			
Восточный			
Юго-Восточный			
Южный			
Юго-Западный			
Западный			
Северо-Западный			
Зеленоградский			
ИТОГО по Москве			

Источник: Департамент торговли и услуг Москвы

Рынок общественного питания в Центральном федеральном округе.

Источник: офиц. сайты сете

Агентство маркетинговых исследований

DISCOVERYRESEARCHGROUP

125438, Москва, ул. Михалковская 63Б, стр. 2, этаж 2, подъезд 3

БЦ «Головинские пруды»

Тел. +7 (495) 601-91-49, (495) 968-13-14

Факс: +7 (495) 601-91-49

e-mail: research@drgroup.ru

www.drgroup.ru

Схема проезда

