

Демо-версия

Рынок фаст-фудов в России

Май 2013 г.

Маркетинговое исследование



В Кратко о маркетинговом исследовании

Основные блоки информации

- Объем и динамика рынка общественного питания
- Тенденции на российском рынке общественного питания
- Виды оказываемых услуг на рынке столовых
- Сезонные колебания рынка общественного питания
- Емкость рынка
- Конкурентный анализ основных игроков рынка столовых
- Факторы, влияющие на развитие рынка общественного питания

Методика проведения исследования

1. Личные и телефонные опросы экспертов, проводимые сотрудниками компании IndexBox
2. Анализ информационных материалов
3. Анализ статистической информации, включая Росстат, ВЭД, МЭРТ, Минпромторг, союзы и отраслевые ассоциации

Типы предприятий общественного питания, рассматриваемые в отчете

- Уличные заведения быстрого питания
- Стационарные заведения быстрого питания

Результаты исследования позволят Вам

1. Выявить основные показатели рынка, построить прогнозы развития собственного бизнеса на основе представленной конъюнктуры рынка
2. Оценить потенциал роста и угрозы на рынке

Отчет содержит консенсус-прогноз развития рынка, основанный на усредненном значении прогнозов участников рынка. Экспертами рынка являются: производители, импортеры, оптовое звено дистрибуции, крупнейшие потребители, профессиональные ассоциации и союзы, отраслевые издания. Эксперты, принимающие участие в опросе, получают специальные условия по приобретению отчетов.

В Почему выбирают нас

- Мы профессионально занимаемся проведением маркетинговых исследований уже более 9 лет. Сейчас в базе IndexBox около **1000 готовых исследований**. Исследования обновляются на постоянной основе.
- Экспертные интервью с участниками рынка. Вся вторичная информация, используемая в отчете, проверяется отраслевыми специалистами.
- Обширная база экономических данных по большинству секторов экономики. Кросс-анализ смежных отраслей позволяет нашим клиентам получать целостную картину интересующего рынка.
- Собственная методология проведения исследований. Мы гарантируем неизменно высокое качество наших работ.
- Уникальный клиентский сервис
 - Личный кабинет на сайте и персональный менеджер
 - Отслеживание статуса заказа online
 - Предпродажная консультация специалиста и ответы на вопросы после покупки.
- Специальные условия по актуализации исследований. Узнайте про условия у наших специалистов прямо сейчас!

В Дизайн исследования

Цель исследования – проанализировать состояние российского рынка фаст-фудов в России и построить прогноз развития отрасли в среднесрочной перспективе.

География исследования: Россия

Методология

1. Анализ вторичной информации о рынке

Под вторичной информацией понимаются данные Интернета (отраслевые порталы, сайты конкурентов, торговые площадки, статьи и обзоры, справочные материалы), специализированных изданий, государственных и негосударственных информационных компаний, маркетинговых агентств, коммерческие базы данных, собственные наработки IndexBox, данные готовых исследований IndexBox.

2. Анализ материалов, поступающих от участников рынка (прайс-листы, буклеты, и т.п.)

Сбор данных от участников рынка необходим для анализа специфики деятельности участников рынка, их ценовой и ассортиментной политики. Данные об участниках рынка собираются в ходе анализа вторичной информации, а также путем отправления запросов на прайс-листы и другие презентационные материалы.

3. Экспертный опрос участников рынка

Анализ вторичной информации дополняется экспертными интервью с представителями компаний - участниц данного рынка.

Наш подход к составлению прогнозов

Консенсус-прогноз представляет собой усредненное значение прогнозов экспертов рынка.

Эксперты

Экспертами рынка являются: крупнейшие потребители, профессиональные ассоциации и союзы, отраслевые издания.

Экспертные мнения собираются в ходе телефонных опросов, проводимых специалистами IndexBox на постоянной основе (стандартно – раз в полгода, чаще – по специальным запросам или в условиях высокой волатильности на рынке).

Компанией IndexBox создана обширная база экспертов в разрезе ключевых отраслей. Эксперты, принимающие участие в опросе, получают специальные условия по приобретению отчетов.

В*Точность прогнозов*

Точность прогнозов каждого эксперта верифицирована на историческом периоде (от 3 лет), и в соответствии с этой точностью каждому эксперту присвоен определенный вес, который он вносит в общий усредненный прогноз.



Содержание

1. Резюме.....	7
2. Дизайн исследования.....	8
3. Обзор рынка общественного питания	9
3.1. Классификация предприятий общественного питания	9
3.1.1. Российская классификация предприятий общественного питания по форматам.....	9
3.1.2. Международная классификация предприятий общественного питания	12
3.2. Объем рынка общественного питания в 2007-2012 гг.	12
3.3. Количество заведений общественного питания в крупнейших городах РФ .	13
3.4. Доля крупнейших сетей общественного питания в Москве и Санкт-Петербурге	14
3.5. Тенденции на российском рынке общественного питания	14
3.6. Прогноз развития рынка общественного питания на 2013-2017 гг.....	15
3.6.1. Сценарии развития рынка общественного питания.....	15
4. Описание и классификация ресторанов.....	20
4.1. Типы предприятий на рынке фаст-фудов.....	20
5. Характеристика российского рынка фаст-фудов в 2007-2012 гг. Прогноз на 2013-2017 гг.	21
5.1. Объем и динамика российского рынка фаст-фудов в 2007-2012 гг. Прогноз на 2013-2017 гг.	21
5.2. Структура рынка фаст-фудов по видам	22
5.3. Структура рынка фаст-фудов по федеральным округам.....	23
5.4.Сезонные колебания рынка фаст-фудов.....	24
5.5. Емкость и насыщенность рынка фаст-фудов	24
6. Основные игроки рынка фаст-фудов	26
6.1. Количество компаний, присутствующих на рынке в 2011-2012 гг.....	26
6.2. Присутствие сетей в федеральных округах РФ.....	26
6.3. Профили участников рынка	29
6.4.1. «Макдоналдс»	29
6.4.2. «KFC».....	30
6.4.3. «Теремок»	31
6.4.4. «Крошка-Картошка».....	32
6.4.5. «Сабвей»	33
6.4.6. «Сбарро»	34
6.4.7. «Бургер Кинг»	35
6.4.8. «Стардогс»	36
6.4. Доли компаний-лидеров на рынке фаст-фудов в 2011-2012 гг.....	36
7. Конкурентный анализ основных игроков рынка фаст-фудов	38
7.1. Уровень конкуренции на рынке фаст-фудов	38
7.2. Параметры конкуренции на рынке фаст-фудов	39

7.3. Ассортиментная политика	40
7.4. Конкурентные преимущества основных игроков рынка фаст-фудов	41
8. Характеристика цен на рынке фаст-фудов	43
8.1. Динамика цен на рынке фаст-фудов	43
8.2. Основные принципы ценообразования	44
9. Факторы, влияющие на развитие рынка фаст-фудов.....	45
9.1. Уровень благосостояния населения	45
9.2. Демографическая ситуация в РФ.....	48
10. Прогноз развития рынка фаст-фудов на 2012-2017 гг.	50
Список использованных источников информации	52
Приложение 1. Крупноформатные таблицы	53
Приложение 2. Профили ведущих компаний.....	59
ООО «МАКДОНАЛДС»	59
ЗАО «МОСКВА-МАКДОНАЛДС»	64
ООО «ТЕРЕМОК-РУССКИЕ БЛИНЫ».....	68
О компании IndexBox.....	73

В**Список таблиц**

Таблица 1. Сегментирование предприятий общественного питания по размеру среднего чека в России.....	12
Таблица 2. Динамика рынка общественного питания в 2007-2012 гг., млрд. руб.	12
Таблица 3. ТОП-11 регионов по численности индивидуальных предпринимателей, осуществляющих деятельность в общественном питании на 1 января 2011 года.....	13
Таблица 4. Сегментирование предприятий быстрого питания по размеру среднего чека в России	23
Таблица 5. Наличие объектов торговли и общественного питания, тыс. ед.	25
Таблица 6. Количество торговых точек основных игроков на рынке фаст-фудов	26
Таблица 7. Присутствие сетей в федеральных округах РФ (крупнейшие города)	27
Таблица 8. Показатели коммерческой деятельности «Макдоналдс» в 2011-2012 гг... 30	30
Таблица 9. Показатели коммерческой деятельности «KFC» в 2011-2012 гг.....	31
Таблица 10. Показатели коммерческой деятельности «KFC» в 2011-2012 гг.	32
Таблица 11. Показатели коммерческой деятельности «Крошка-Картошка» в 2011-2012 гг.	33
Таблица 12. Показатели коммерческой деятельности «Сабвей» в 2011-2012 гг.	34
Таблица 13. Показатели коммерческой деятельности «Сбарро» в 2011-2012 гг.	34
Таблица 14. Показатели коммерческой деятельности «Бургер Кинг» в 2011-2012 гг. 35	35
Таблица 15. Показатели коммерческой деятельности «Сбарро» в 2011-2012 гг.	36
Таблица 16. Доли компаний лидеров на рынке в 2012 году, млрд. руб.....	37
Таблица 17. Конкурентные преимущества основных игроков рынка фаст-фудов	41
Таблица 18. Средний чек основных игроков на рынке-фаст-фуда, руб.	43
Таблица 19. Потребительские расходы населения в среднем на члена домашнего хозяйства, рублей в месяц в 2005-2011 гг.....	46
Таблица 20. Число индивидуальных предпринимателей осуществивших	53
Таблица 21. Оборот общественного питания на душу населения, рублей	55

В

Список иллюстраций

Рисунок 1. Динамика рынка общественного питания в 2007-2012 гг., млрд. руб.....	13
Рисунок 2. Прогноз развития общественного питания в России в рамках базового сценария в 2013-2017 гг., млрд. руб.....	17
Рисунок 3. Прогноз развития общественного питания в России в рамках пессимистического сценария в 2013-2017 гг., млрд. руб.	18
Рисунок 4. Прогноз развития общественного питания в России в рамках оптимистического сценария в 2013-2017 гг., млрд. руб.	19
Рисунок 5. Объем рынка фаст-фудов в 2007-2012 гг., прогноз (в рамках базового сценария) на 2013-2017 гг. , млрд. руб.....	22
Рисунок 6. Структура рынка по видам заведений быстрого питания в 2012 году	22
Рисунок 7. Структура рынка фаст-фудов по федеральным округам в 2012 году, в стоимостном выражении	23
Рисунок 8. Динамика рынка фаст-фудов по сезонам в 2011-2012 гг.	24
Рисунок 9. Доли компаний лидеров на рынке в 2012 году, в стоимостном выражении	37
Рисунок 10. Количество заведений общественного питания по федеральным округам в 2011 г.....	38
Рисунок 11. Площадь зала обслуживания посетителей в объектах общественного питания по федеральным округам в 2011 г.	39
Рисунок 12. Средняя стоимость обеда в заведении быстрого питания в 2008-2012 гг, руб.....	43
Рисунок 13. Динамика номинальных и реальных доходов населения РФ в январе 2005-сентябре 2012 гг.	45
Рисунок 14. Поквартальная динамика реальных располагаемых денежных доходов населения по РФ, в % к соответствующему периоду предшествующего года	46
Рисунок 15. Оборот розничной торговли в 2005-2012 гг., млрд. руб.	47
Рисунок 16. Структура оборота розничной торговли по видам продукции в 2005-2012 гг. в стоимостном выражении	48
Рисунок 17. Динамика численности постоянного населения на 1 января 2005-2013 гг., млн. человек.....	49
Рисунок 18. Прогноз развития рынка фаст-фудов в России в рамках базового сценария в 2013-2017 гг., млрд. руб.	50
Рисунок 19. Прогноз потребления рынка фаст-фудов в России в рамках пессимистического сценария в 2013-2017 гг., млрд. руб.	51
Рисунок 20. Прогноз развития рынка фаст-фудов в России в рамках оптимистического сценария в 2013-2017 гг., млрд. руб.....	51

В

Резюме

Основные показатели и выводы о состоянии рынка

...

В 2012 году российский рынок общественного питания составил в стоимостном выражении 1031,6 млрд. руб., что на 12% больше аналогичного показателя предыдущего года. На наблюдаемом периоде с 2007 по 2012 годы отмечена положительная динамика рынка со средними темпами прироста 14% п.п.

Объем рынка фаст-фудов в 2012 году составил ... млрд. руб., что на 17% превысило аналогичный показатель 2011 года. Темпы роста оказались меньше прошлогодних на 4%, сказалось снижение экономической активности населения в первой половине 2012 года. В первом квартале 2013 года объем рынка фаст-фуда вырос на ...% по сравнению с соответствующим периодом 2012 года.

Наибольшие доли на рынке приходятся на заведения низкого ценового сегмента Street Food и Fast Food/ QSR – ...% и ...%. Заведения формата Quick&Casual занимают долю в ...%.

...

В 3. Обзор рынка общественного питания

...

3.1.2. Международная классификация предприятий общественного питания

Наиболее часто предприятия общественного питания сегментируют по ценовой политике (размеру среднего чека). В соответствии с этим делением существует 5 основных сегментов.

Таблица 1. Сегментирование предприятий общественного питания по размеру среднего чека в России

Название	Средний чек
Street Food	50-99 руб.
Fast Food / QSR	100-299 руб.
Quick&Casual / Fast Casual	300-599 руб.
Casual Dining	600-2000 руб.
Fine Dining	от 2000 руб.

Источник: из открытых источников

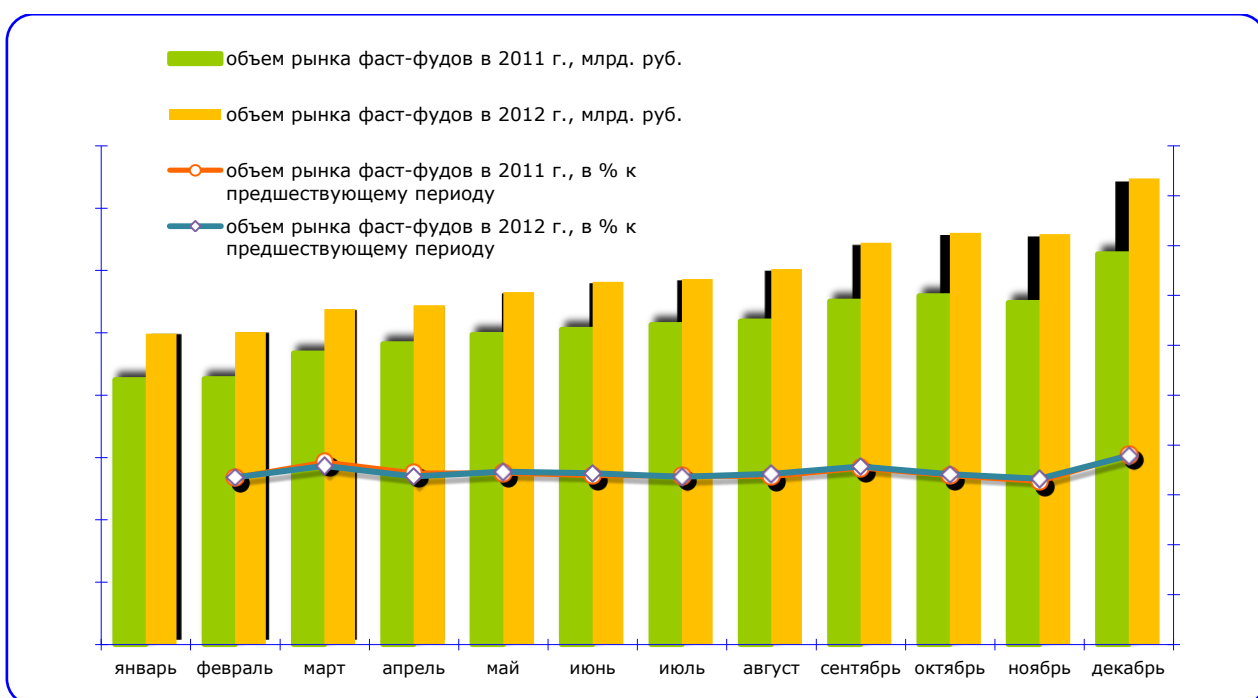
...

В 5. Характеристика российского рынка фаст-фудов в 2007-2012 гг. Прогноз на 2013-2017 гг.

...

5.4. Сезонные колебания рынка фаст-фудов

...



Источник: Данные Росстат, аналитика IndexBox

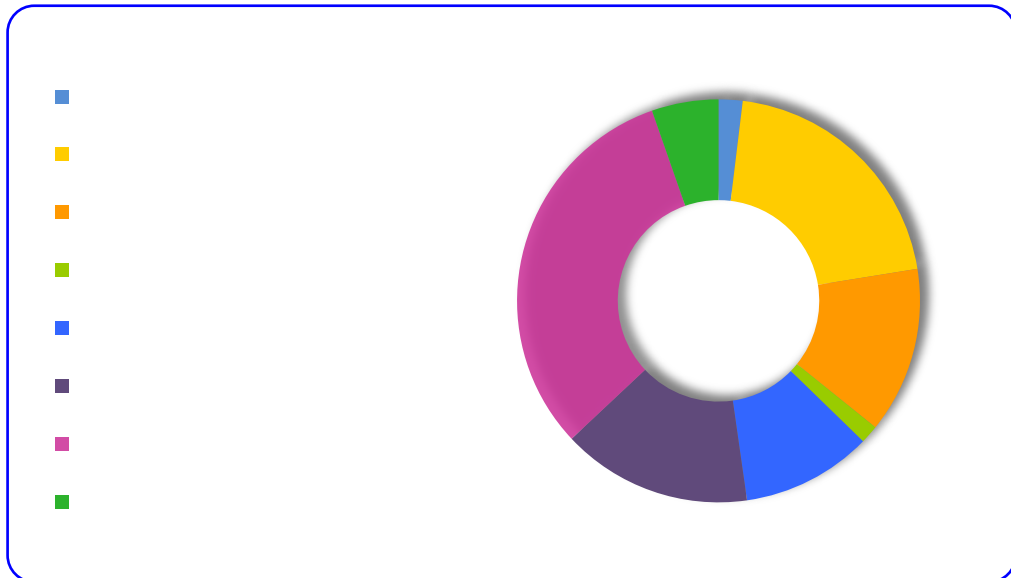
Рисунок 1. Динамика рынка фаст-фудов по сезонам в 2011-2012 гг.

...

В 7. Конкурентный анализ основных игроков рынка фаст-фудов

7.1. Уровень конкуренции на рынке фаст-фудов

...



Источник: Данные Росстата, аналитика IndexBox

Рисунок 2. Количество заведений общественного питания по федеральным округам в 2011 г.

...

В О компании IndexBox

IndexBox – ведущая компания в области маркетинговых исследований и бизнес-консультирования. Мы проводим исследования рынков, готовим бизнес-планы, строим бизнес-модели и консультируем по вопросам маркетинга и продаж.

Наши клиенты – крупные российские и иностранные компании:



Маркетинговые исследования

Наша специализация - исследования потребительских и промышленных рынков, в сегментах B2C и B2B. В числе используемых методик: кабинетные исследования, опросы потребителей, экспертные опросы, конкурентный анализ, торговый аудит, широкий спектр качественных исследований рынка товаров и услуг. Нашим конкурентным преимуществом является формирование специальных методик исследования под задачи каждого отдельного проекта. Система планирования и оперативного отраслевого мониторинга, созданная в компании, позволяет специалистам IndexBox оперировать в своей работе актуальной и достоверной информацией.

Бизнес-планирование

Мы профессионально занимаемся разработкой бизнес-планов, ТЭО, инвестиционных меморандумов, проводим анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятий и подготавливаем аналитику для сделок M&A. Бизнес-планы, разработанные компанией IndexBox, содержат полноценную финансовую модель для дальнейшей реализации проекта, все расчеты основаны на маркетинговой информации, которая на постоянной основе собирается и анализируется на протяжении более 7 лет. Документы соответствуют стандартам российских и зарубежных банков, проекты имеют рыночную обоснованность и реалистичность прогнозов, а также мы осуществляем помощь в поиске инвестора и организации финансирования, юридическое сопровождение.

В**Консалтинг**

Мы разрабатываем программы стратегического развития для брендов, продуктов, отдельных бизнес-единиц и промышленных предприятий. Как правило, программы включают в себя продуктовую, ценовую, сбытовую и коммуникационную стратегию. Проекты в области стратегического маркетинга актуальны как для крупных предприятий и финансово-инвестиционных компаний, которые планируют расширить сферу своих интересов, так и небольшим компаниям, которые задумываются о развитии бизнеса.