|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **РОССИЙСКИЙ РЫНОК СЕТЕВОГО ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ АНАЛИЗ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РЫНКА (ВЫПУСК 3)** |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета | 23.03.2017 |
| Количество страниц | 65 стр. |
| Язык отчета | русский |
| Стоимость (руб.) | 35 000 руб. |
| Полное описание отчета (цель, методы, структура, источники информации, выдержки из текста, графическая информация, диаграммы-примеры и т.п.) – не более 2-х стр.А4 | **Цель исследования:** анализ текущей ситуации на рынке сетевого общественного питания.  **Задачи исследования:**   * Описание макроэкономической ситуации на Рынке * Выделение основных сегментов Рынка * Определение основных количественных характеристик Рынка * Описание структуры Рынка * Выявление основных игроков на Рынке * Выявление основных факторов, влияющих на Рынок  Описание типа исследования: Данный отчет написан по результатам кабинетного исследования. Кабинетное исследование представляет собой вид качественного маркетингового исследования, направленного на поиск и анализ данных, содержащихся в открытых источниках информации.  **Выдержки из исследования:**  По данным на май 2016 года в структуре российского сетевого рынка общественного питания …% операторов приходится на глобальных игроков. При этом если в предыдущие периоды доля международных сетей ежегодно демонстрировала рост, то за прошедший год снизилась на ….%.  По данным на май 2016 года, на федеральных игроков приходится около четверти всех ресторанов, кафе и баров в стране. Однако именно этот сегмент пострадал в кризисный период больше всего.  Согласно данным по количеству сетевых точек лидируют глобальные сети питания, их доля в 2016 году составила …..% от общего количества точек.  Наиболее устойчивым к кризису оказался сегмент фаст-фуд ресторанов, что не удивительно в условиях снижения доходов населения и ориентации на демократичные форматы общепита.  Несмотря на сохраняющуюся позитивную динамику в сегменте фаст-фуда, сегодня наглядно прослеживается тенденция по снижению темпов экспансии сетевых ритейлеров.  На середину 2016 года согласно данным РБК.research в России …. из …. сетевых ресторанов, кафе и баров работают по франшизе. Таким образом, их доля составляет ….%.  …. |
| Подробное оглавление/содержание отчета | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | 1 | **Содержание** | | | **3** | | 2 | **Методологическая часть** | | | **5** | |  | 2.1 | *Описание типа исследования* | | *5* | |  | 2.2 | *Объект исследования* | | *5* | |  | 2.3 | *Цели и задачи исследования* | | *5* | |  | 2.4 | *География исследования* | | *5* | |  | 2.5 | *Время проведения исследования* | | *5* | |  | 2.6 | *Методы сбора данных* | | *5* | | 3 | **Общая экономическая ситуация в России** | | | **7** | |  | 3.1 | *Общая экономическая ситуация* | | *7* | |  | 3.2 | *Валовой внутренний продукт* | | *7* | | 4 | **Описание отрасли. Общественное питание** | | | **14** | |  | 4.1 | *Основные количественные характеристики отрасли* | | *14* | | 5 | **Влияющие рынки. Рынок торговой недвижимости Москвы** | | | **18** | |  |  | 5.1.1 | Сегмент «Еда и напитки» в торговых центрах | 21 | | 6 | **Ресторанные сети** | | | **29** | |  | 6.1 | *Основные определения* | | *29* | |  | 6.2 | *История появления сетей на российском Рынке* | | *29* | |  | 6.3 | *Преимущества организации сетевого ресторанного бизнеса* | | *29* | |  | 6.4 | *Сетевые проекты на Рынке* | | *31* | |  |  | 6.4.1 | Сегментирование в зависимости от регионального распределения торговых точек | 31 | |  |  | 6.4.2 | Ценовой анализ | 39 | |  | 6.5 | *Тенденции в различных сегментах Продукции* | | *42* | | 7 | **Основные количественные характеристики рынка** | | | **44** | |  | 7.1 | *Динамика развития рынка. Объем и темпы роста* | | *44* | |  |  | 7.1.1 | Объем рынка | 44 | | 8 | **Конкурентный анализ** | | | **46** | |  | 8.1 | *Краткое описание основных сегментов участников Рынка* | | *46* | |  |  | 8.1.1 | Международные сети | 51 | | 9 | **Конкурентный анализ** | | | **53** | |  | 9.1 | *Конкуренция между крупнейшими игроками Рынка* | | *53* | |  |  | 9.1.1 | Основные игроки | 53 | |  |  | 9.1.2 | Сравнительная характеристика сетевых концепций сегмента Casual Dining | 54 | |  |  | 9.1.3 | Сравнительная характеристика сетевых концепций сегмента Quick Service | 55 | |  |  | 9.1.4 | Сравнительная характеристика сетевых концепций сегмента Кофеен | 57 | | 10 | **Анализ потребителей** | | | **58** | | 11 | **Обобщающие выводы и рекомендации** | | | **62** | |  | 11.1 | *STEP–анализ факторов, влияющих на Рынок* | | *62* | |  | 11.2 | *Анализ рисков* | | *63* | | 12 | **Текущая ситуация на рынке** | | | **64** | |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Динамика ВВП в текущих ценах в соответствии с методологией СНС 1993, 2014-2016 гг., трлн. руб.  Диаграмма 2. Темпы роста промышленного производства, 2011-2016гг., %  Диаграмма 3. Динамика объема инвестиций в основной капитал, 2010-2015 гг., трлн руб., %  Диаграмма 4. Инфляция в 2011-2016 гг., %  Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли, 2011-2016 гг., трлн руб.  Диаграмма 6. Оборот общественного питания 2013-2016гг., млрд. руб., %  Диаграмма 7. Доли сегментов общественного питания 9 мес. 2016г., %  Диаграмма 8. Доли территорий в общем обороте общественного питания, %  Диаграмма 9. Доля заведений общественного питания в структуре категорий расположения площадей, %  Диаграмма 10. Сети предприятий общественного питания в России от общего количества сетей соответствующего типа в 2016 году, %  Диаграмма 11. Прирост сетевых ресторанов, кафе и баров по форматам, май 2014 г. – май 2016 г., шт.  Диаграмма 12. Структура сетей общественного питания России в зависимости от формата заведений по количеству сетевых заведений, 2014 г. – 2016 г., %  Диаграмма 13. Динамика среднего чека по рыночным сегментам, 2016г. к 2015г., %  Диаграмма 14. Динамика среднего чека среди предприятий сегмента «Рестораны», 2016г. к 2015г., %  Диаграмма 15. Динамика среднего чека среди предприятий сегмента Фастфуд, 2016г. к 2015г., %  Диаграмма 16. Доли сетевых ресторанов, кафе и баров в России, 2014 г. – 2016 г., %  Диаграмма 17. Количество сетевых ресторанов, кафе и баров, 2011-2016 гг., шт., %  Диаграмма 18. Рост количества сетевых заведений общественного питания 2012-2016 гг., ед.  Диаграмма 19. Компании – лидеры абсолютного роста 2014-2015гг., количество точек  Диаграмма 20. Структура сетевых франчайзинговых заведений общественного питания в зависимости от их формата, 2016 г., % от общего количества ресторанов, открытых по франшизе  Диаграмма 21. Предпочтения посетителей в выборе блюд, 2016г., %  Диаграмма 22. Предпочтения в выборе блюд посетителей кафе 2016г., %  Диаграмма 23. Изменение трафика по каналам общественного питания, 2014-2015 гг., млн. визитов, %  Таблица 1. Стоимость аренды торгового помещения на железнодорожных вокзалах Москвы  Таблица 2. Основные типы сетей общественного питания в России  Таблица 3. Структура сетей общественного питания России в зависимости от их типа, 2016 г.  Таблица 4. Структура сетей общественного питания России в зависимости от формата заведений, 2016 г.  Таблица 5. Средний чек в ресторанах городов России  Таблица 6. Сетевые рестораны-лидеры рынка России в 2015 году, Топ-40  Таблица 7. ТОП-10 ресторанных сетей по количеству точек 2016г.  Таблица 8. Список крупных корпораций на Рынке и их сетевых проектов  Таблица 9. Сравнительная характеристика сетевых концепций сегмента Casual Dining  Таблица 10. Сравнительная характеристика сетевых концепций сегмента Quick Service  Таблица 11. Сравнительная характеристика сетевых концепций сегмента Кофеен  Таблица 12. STEP-анализ Рынка |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | ГИ рынок ресторанные сети 2017.pdf |

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) **специализируется** в области корпоративного маркетинга. Мы оказываем широкий спектр услуг отделам маркетинга коммерческих компаний, от проведения практически любых исследовательских работ до содействия в реализации маркетинговых планов компании в случае недостатка собственных ресурсов подразделения (например, в связи с открытием нового проекта или крупным мероприятием).

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) объединяет в себе такие качества как комплексный подход к задаче, свойственный управленческим консультантам, и владение современными методиками маркетинговых исследований, присущее исследовательским компаниям.

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) специализируется на следующих сегментах рынка:

* Рынок промышленных предприятий (Business-to-Business рынок)
* ИТТ – рынок
* Рынок торгово-розничных предприятий
* Рынок отдыха и развлечений
* Рынок предприятий малого бизнеса

[Маркетинговое Агентство Step by Step](http://www.step-by-step.ru/) – член **Национальной гильдии профессиональных консультантов, Гильдии маркетологов**, **Международной ассоциации ESOMAR.**