|  |  |
| --- | --- |
| **Название отчета** | **РОССИЙСКИЙ РЫНОК КЕЙТЕРИНГА 2018 ПОКАЗАТЕЛИ И ТЕНДЕНЦИИ РЫНКА (ВЫПУСК 2)** |
| Название компании-исполнителя | Маркетинговое Агентство Step by Step |
| Дата выхода отчета  | 12.06.2018 |
| Количество страниц | 75 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 кейтеринга.**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:**…Ежегодный темп прироста рынка кейтеринговых услуг составляет …%. В 2017 году объем рынка увеличился на …..% до …... руб.Потенциальная емкость российского рынка оценивается в ….. руб. На рынке сохраняется большой потенциал для роста и развития. Наиболее крупным является сегмент корпоративного питания. Около ….% рынка приходится на Москву и Санкт-Петербург.В 2020 году объем рынка может увеличиться до ….. руб., что на …..% больше, чем в 2017 году.Всего в России существует около …. кейтеринговых компаний, но лишь пять из них являются явными лидерами и занимают около …..% рынка. Данные компании специализируются в основном в корпоративном сегменте рынка и обслуживают крупнейшие предприятия России, в том числе и в регионах. Практически по всем категориям пищевых продуктов темп роста оптовой стоимости сократился или даже цена снизилась. Это, а также рост рынка оптовых продаж продуктов питания создает благоприятные возможности для сокращения себестоимости услуг корпоративного питания за счет перехода с импортных на отечественные пищевые ингредиенты.….. |
| Подробное оглавление/содержание отчета |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1 | **Содержание** |  |
| 2 | **Введение** | **4** |
| 3 | **Методологическая часть** | **6** |
|  | 3.1 | *Описание типа исследования* | *6* |
|  | 3.2 | *Объект исследования* | *6* |
|  | 3.3 | *Цели и задачи исследования* | *6* |
|  | 3.4 | *География исследования* | *6* |
|  | 3.5 | *Время проведения исследования* | *6* |
|  | 3.6 | *Методы сбора данных* | *6* |
| 4 | **Макроэкономические факторы, влияющие на Рынок** | **8** |
|  | 4.1 | *Общая экономическая ситуация* | *8* |
| 5 | **Описание отрасли. Общественное питание** | **17** |
|  | 5.1 | *Основные количественные характеристики отрасли* | *17* |
| 6 | **Влияющие рынки. Рынок оптовой торговли продуктами питания** | **20** |
| 7 | **Сегментация рынка** | **24** |
|  |  | 7.1 | Ценовая сегментация | 33 |
| 8 | **Основные количественные характеристики рынка** | **36** |
|  |  | 8.1.1 | Объем рынка | 36 |
|  |  | 8.1.2 | Тенденции рынка | 37 |
|  | 8.2 | *Прогноз развития рынка до 2020 года* | *38* |
|  | 8.3 | *Влияние сезонности на Рынок* | *39* |
| 9 | **Конкурентный анализ** | **41** |
|  |  | 9.1 | Описание профилей крупнейших компаний | 43 |
|  |  | 9.2 | Сравнительная характеристика основных игроков рынка | 51 |
|  |  | 9.3 | Тенденции в направлении конкуренции | 55 |
| 10 | **Анализ потребителей** | **56** |
|  | 10.1 | *Сегментация потребителей* | *56* |
|  | 10.2 | *Потребительские предпочтения* | *64* |
|  |  | 10.2.1 | Тенденции в направлении потребительских предпочтений | 67 |
| 11 | **Обобщающие выводы по отчету** | **69** |
|  | 11.1 | *Факторы, влияющие на развитие Рынка* | *69* |
|  | 11.2 | *Факторы, благоприятствующие развитию Рынка* | 73 |
|  | 11.3 | *Сдерживающие факторы Рынка. Анализ рисков* | 73 |
|  | 11.4 | *Анализ рисков* | *73* |
|  | 11.5 | *Текущая ситуация и перспективы развития рынка* | *75* |

 |
| Количество и названия таблиц, диаграмм, графиков | Диаграмма 1. Динамика ВВП в текущих ценах, 2014-2017 гг. и 2018 – 2019 гг прогноз, трлн. руб.Диаграмма 2. Темпы роста промышленного производства, 2011-2017 гг., %Диаграмма 3. Динамика объема инвестиций в основной капитал, 2010-2017 гг., трлн руб., %Диаграмма 4. Инфляция в 2011-2017 гг., %Диаграмма 5. Динамика оборота розничной торговли, 2011-2017 гг. трлн руб.Диаграмма 6. Среднедушевые денежные доходы населения 2011 – 2017 гг., руб.Диаграмма 7. Среднедушевые денежные доходы населения 2017г. руб.Диаграмма 8. Оборот общественного питания 2013-2017гг., трлн. руб., %Диаграмма 9. Структура отрасли общественного питания по регионам РФ в 2017 году, %Диаграмма 10. Структура рынка оптовой торговли пищевыми продуктами в России в 2017 году, %Диаграмма 11. Динамика рынка кейтеринговых услуг в денежном выражении в 2015 – 2017 гг., млрд. руб., %Диаграмма 12. Прогноз динамики рынка кейтеринговых услуг в денежном выражении в 2018 – 2020 гг., млрд. руб., %Диаграмма 13. Структура числа крупных и средних предприятий в России в 2017 году, %Диаграмма 14. Динамика числа крупных и средних предприятий в России по видам деятельности в 2017 – 2018 гг., ед., %Диаграмма 15. Динамика числа занятого населения в России в 2013 – 2017 гг., тыс. чел., %Диаграмма 16. Предпочтения респондентов по способу питания в рабочее время в 2018 году, %Диаграмма 17. Наиболее важные для потребителей характеристики услуги корпоративного питания (доставка обедов) в 2018 году, %Диаграмма 18. Наиболее важные для потребителей характеристики услуги выездного кейтеринга в 2018 году, %Таблица 1. Индексы оптовых цен на продукты питания в России в 2013 – 2017 гг., %Таблица 2. Индексы оптовых цен на основные виды продуктов питания в России в 2013 – 2017 гг., % (часть 1)Таблица 3. Индексы оптовых цен на основные виды продуктов питания в России в 2013 – 2017 гг., % (часть 2)Таблица 4. Основные игроки рынка кейтерингаТаблица 5. Сравнительная характеристика некоторых участников рынка эстетической медицины по основным параметрамТаблица 6. Структура расположения крупных и средних предприятий в России по регионам в 2017 году, %Таблица 7. Структура численности работающего населения России по регионам в 2017 году, %Таблица 8. STEP-анализ рынка кейтерингаТаблица 9. Возможные риски, связанные с Рынком |
| Способ предоставления отчета (в электронном / печатном виде/ оба) | В печатном/ электронном формате |
| Название файла (если отчет предоставлен в электронном виде) | ГИ кейтеринга 2018.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.**