|  |  |
| --- | --- |
| **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 точекДиаграмма 20. Структура сетевых франчайзинговых заведений общественного питания в зависимости от их формата, 2016 г., % от общего количества ресторанов, открытых по франшизеДиаграмма 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 МосквыТаблица 2. Основные типы сетей общественного питания в РоссииТаблица 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 РоссииТаблица 6. Сетевые рестораны-лидеры рынка России в 2015 году, Топ-40Таблица 7. ТОП-10 ресторанных сетей по количеству точек 2016г.Таблица 8. Список крупных корпораций на Рынке и их сетевых проектовТаблица 9. Сравнительная характеристика сетевых концепций сегмента Casual DiningТаблица 10. Сравнительная характеристика сетевых концепций сегмента Quick ServiceТаблица 11. Сравнительная характеристика сетевых концепций сегмента КофеенТаблица 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.**