



(812) 710-88-43, 710-89-61

www.analyticgroup.ru

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА, НОЯБРЬ 2012

ДЕМО-ВЕРСИЯ

Данный материал предназначен для частного использования. Цитирование, копирование, публикация, продажа, рассылка по электронной почте, а также распространение другими средствами всего или части данного материала запрещены. Данные ограничения распространяются также на демонстрационные и сокращенные версии документов. Любые исключения из данных правил возможны только путем получения письменного разрешения от компании AnalyticResearchGroup.

Информация данного отчета предоставляется без каких-либо гарантий.

AnalyticResearchGroup не несет ответственности за любой вред, моральный или материальный, понесенный в результате использования данной информации.



Оглавление

Описание исследования	5
Выводы	6
Социально-экономическая характеристика города Санкт-Петербурга	9
Экономика города.....	10
Индекс промышленного производства.....	14
Финансы	16
Транспорт.....	18
Строительство.....	19
Розничная торговля	20
Оптовая торговля	22
Демографическая ситуация	23
Занятость населения	25
Уровень жизни населения	29
Характеристика российского рынка общественного питания	34
Объем и темпы роста российского рынка общественного питания.....	38
Объем, динамика и структура рынка общественного питания в Санкт-Петербурге	45
Рестораны медленного обслуживания	56
Характеристика сегмента	56
Инвестиционная привлекательность.....	85
Основные тенденции развития сегмента	90
Фаст-фуд.....	92
Характеристика сегмента	92
Стационарные точки фаст-фуд	100
Основные игроки на рынке стационарного фаст-фуда	101
Пиццерии	103
Сэндвич-бары	106
Мобильные точки фаст-фуда.....	107
Основные игроки на рынке мобильного фаст-фуда.....	108
Инвестиционная привлекательность.....	110
Основные тенденции развития сегмента	112
Кафе-кондитерские/кофейни	114
Общая характеристика сегмента и подсегменты	114





Основные игроки	122
Инвестиционная привлекательность.....	126
Тенденции развития сегмента.....	127
Пабы, бары, трактиры, пивные	129
Общая характеристика и структура сегмента	129
Инвестиционная привлекательность.....	140
Тенденции развития сегмента.....	141
Кейтеринг — доставка готовой еды.....	142
Общая характеристика сегмента.....	142
Основные игроки	148
Инвестиционная привлекательность.....	156
Тенденции развития сегмента.....	157
Характеристика потребительских предпочтений на рынке общественного питания Санкт-Петербурга	159
Анализ рынка недвижимости под предприятия общественного питания.....	170
Предложение.....	170
Спрос.....	174
Ценовая ситуация.....	179
Тенденции рынка общественного питания Санкт-Петербурга.....	186
Приложение.....	190
Приложение 1. Динамика основных макроэкономических показателей Санкт-Петербурга	190
Приложение 2. Рейтинг ресторанов, кафе, баров Санкт-Петербурга.....	193
Приложение 3. Список таблиц и диаграмм	196



Описание исследования

Цель исследования:

Анализ инвестиционной привлекательности рынка общественного питания Санкт-Петербурга

Задачи исследования:

- Дать общую характеристику рынку общественного питания Санкт-Петербурга;
- Определить структуру, объем и темпы роста рынка;
- Охарактеризовать ситуацию в основных сегментах рынка;
- Провести анализ игроков рынка;
- Выделить ключевые тенденции и перспективы развития рынка общественного питания Санкт-Петербурга.

Методы исследования:

- Сбор и анализ первичной информации;
- Мониторинг материалов печатных и электронных деловых и специализированных изданий, аналитических обзоров рынка, материалов маркетинговых и консалтинговых компаний.
- Анкетирование.



Выводы

Существует множество определений и типологий заведений общественного питания, зачастую никак не связанных друг с другом, представляющих собой смесь советской культуры общепита и западных стандартов.

Если в советское время общепит имел социально—ориентированный характер и, прежде всего, выполнял функцию питания, то сегодня это понятие наполняется другим смыслом. Периодическое посещение заведений того или иного формата является важным индикатором принадлежности к определенному стилю жизни.

Оборот общественного питания Санкт-Петербурга за 2011 год составил более *** млн руб., что на *** млн руб. больше чем в 2010 году. Наиболее высокие обороты рынка общественного питания в 2010—2011 годах были зафиксированы в Центрально ФО и составили *** млн руб. и *** млн руб., соответственно.

По данным портала spb.resto.ru и restoclub.ru, на сегодняшний день на рынке Санкт-Петербурга представлено 750 заведений различного типа. В целом около половины всех заведений (включая фаст-фуд) позиционируют себя как рестораны — ***% точек общепита, к кафе себя относят ***%, к барам — ***% всех заведений.

Наименьшее количество по Санкт-Петербургу заведений общественного питания таких, как винотека или винный ресторан, всего ***% из общего количества.

С точки зрения среднего чека, по данным портала spb.resto.ru, наиболее популярны заведения в ценовой категории до 300 руб. — их доля составляет ***% от всех точек общепита Санкт-Петербурга. На втором месте заведения со средним чеком 500-1 000 руб. — ***%, на третьем месте — заведения в категории от 1 000 до 1 500 руб. — ***%. В наивысшей ценовой категории более 4 000 рублей позиционируется менее ***% заведений (***%).

<...>

Основная доля кейтеринга сконцентрировалась в двух регионах: в Москве и Санкт-Петербурге. На рынок Москвы приходится более ***% всего рынка, на Санкт-Петербург — около ***%. Средняя цена обеда с доставкой в Москве и Санкт-Петербурге — от *** до *** дол.





Социально-экономическая характеристика города Санкт-Петербурга

Санкт-Петербург является одним из крупнейших по численности населения городом России и Европы. Численность постоянного населения Санкт-Петербурга по результатам Всероссийской переписи населения 2010 года составляет *** тыс. человек. На 1 января 2012 года по данным Росстата численность населения составляет *** человек. В сентябре 2012 года родился пятимиллионный житель.

<...>

Государственный долг Санкт-Петербурга на 1 октября 2012 года составляет *** млн руб.

<...>

Таблица 1. Исполнение консолидированных бюджетов Санкт-Петербурга, на 1 сентября 2012

	Доходы, тыс. руб.	Расходы, тыс. руб.	Профицит, дефицит (-), тыс. руб.
Санкт-Петербург			
РФ			

Источник: Федеральное казначейство

Инвестиции в основной капитал РФ в первом полугодии 2012 года составили ***% к соответствующему периоду предыдущего года. В 2011 году данный показатель составил ***%.

За последние 6 лет максимальное значение инвестиций в основной капитал было отмечено в 2007 году и составило ***% к соответствующему периоду предыдущего года. Наименьший показатель был зафиксирован в 2009 году (***%).

Диаграмма 1. Инвестиции в основной капитал РФ, 2006–2012



Источник: ЦБ РФ





В структуре инвестиций в основной капитал по Санкт-Петербургу собственные средства составили **%, привлеченные средства **%, в т. ч. **% — средства федерального бюджета.

Таблица 2. Инвестиции в основной капитал, 1h2012

	млрд руб.	в % к 1h2011 года	Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования (без субъектов малого предпринимательства и объемов неформальной деятельности), в % к итогу			
			собственные средства	привлеченные средства		
				всего	в т. ч. бюджетные средства	из них средства федерального бюджета
РФ						
Санкт-Петербург						

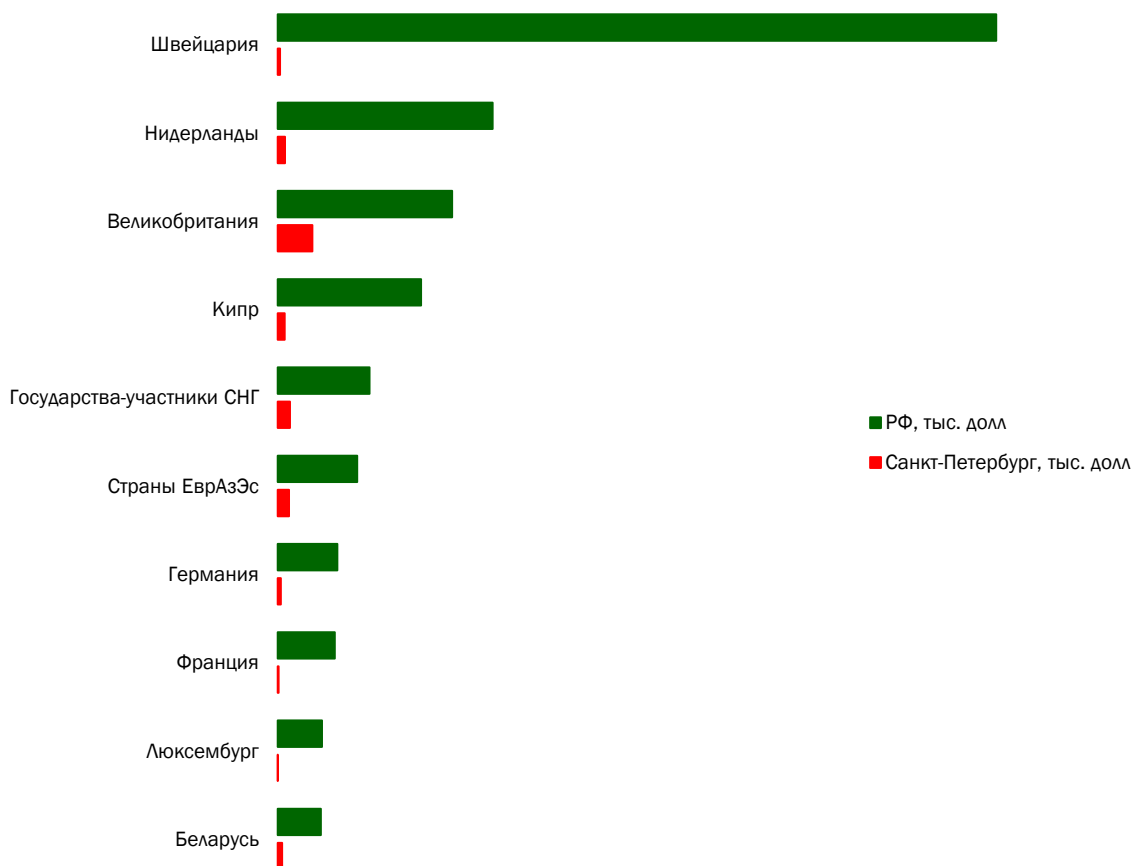
Источник: ФСГС

По состоянию на январь-июнь 2012 года поступление иностранных инвестиций всего по РФ составило ** тыс. долл, из которых на Санкт-Петербург пришлось ** тыс. долл. Наибольший объем иностранных инвестиций в РФ поступил из Швейцарии (** млн долл), наименьшее количество инвестиций в РФ зафиксировано из Беларуси (** млн долл).



Наибольший объем иностранных инвестиций в Санкт-Петербург, по данным за январь-июнь 2012 года, поступил из Великобритании (***) млн долл). Следующими по количеству инвестиций идут государства-участники СНГ, от них поступило *** тыс. долл. Наименьший объем инвестиций в Санкт-Петербург поступил из Люксембурга (*** тыс. долл).

Диаграмма 2 Поступление инвестиций от иностранных инвесторов, январь-июнь 2012



Источник: ФСГС

<...>





Индекс промышленного производства

Индекс промышленного производства Санкт-Петербурга в январе-сентябре 2012 года составил ***, что на 0,1% больше чем в Ленинградской области.

В январе-сентябре 2012 года индекс промышленного производства Санкт-Петербурга по виду деятельности «добыча полезных ископаемых» по сравнению с соответствующим периодом 2011 года составил ***, «обрабатывающие производства» составили 106,4%, «производство пищевых продуктов, включая напитки, и табака» - ***. Индекс промышленного производства Ленинградской области в % к 2011 году по тем же статьям составил ***, **% и **%, соответственно.

Таблица 3. Индекс промышленного производства в Санкт-Петербурге и ЛО, январь—сентябрь 2012

	Санкт-Петербург, в % к соответствующему периоду прошлого года	Ленинградская область, в % к соответствующему периоду прошлого года
Всего		
в том числе:		
Добыча полезных ископаемых		

Источник: Петростат

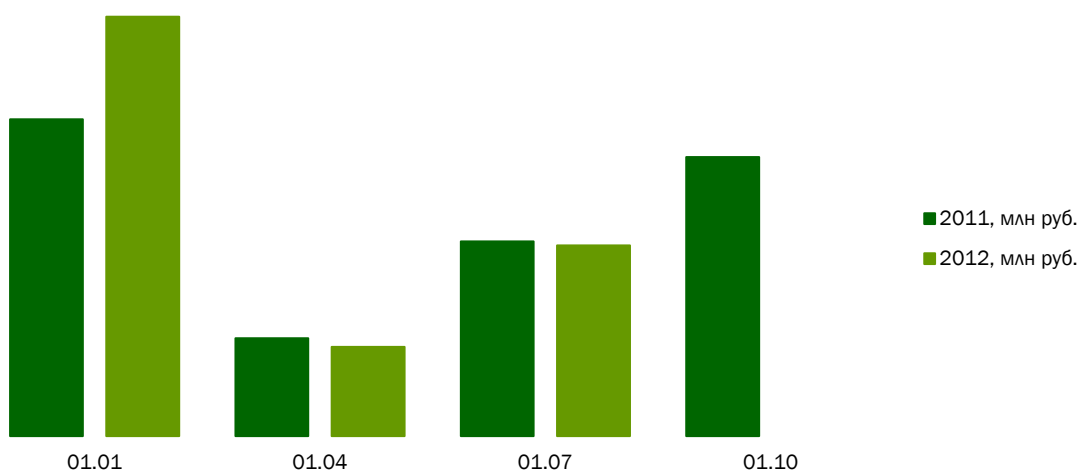




Финансы

По данным на 1 июля 2012 года финансовый результат прибыльных организаций составил *** млн руб. (за этот же период 2011 года финансовый результат составил *** млн руб.). По состоянию на 1 июля 2012 года финансовый результат убыточных организаций составил *** млн руб. (за этот же период 2011 года финансовый результат составил *** млн руб.).

Диаграмма 3. Финансовый результат прибыльных организаций, 2011–2012



Источник: ЕМИСС

<...>





Характеристика российского рынка общественного питания

Существует множество определений и типологий заведений общественного питания, зачастую никак не связанных друг с другом, представляющих собой смесь советской культуры общепита и западных стандартов.

Если советские классификации в полной мере отражали структуру развития отрасли, и типология предприятий общепита соответствовала углублению разделения производства отрасли общественного питания, усложнению характера выполняемых работ, расширению состава предприятий, то сегодня единая, удобная и практичная классификация отсутствует.

Предприятия делятся на типы, отличающиеся по характерным особенностям обслуживания, ассортименту реализуемой кулинарной продукции и номенклатуре предоставляемых потребителям услуг, и классы по качеству предоставляемых услуг, уровню и условиям обслуживания.

Ресторан — предприятие общественного питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные; винно-водочные, табачные и кондитерские изделия, повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха. Рестораны различают: по ассортименту реализуемой продукции (рыбный, пивной, национальной кухни, кухни зарубежных стран); по месту расположения (при гостинице, вокзале, в зоне отдыха, вагон-ресторан).

<...>

Таблица 4. Классификация типов предприятий общественного питания

Тип предприятия	Классификационный признак	Пример
Ресторан	Ассортимент реализуемой продукции	
	Место расположения	
Бар	Ассортимент реализуемой продукции и способу ее приготовления	
	Специфика обслуживания потребителей	

Источник: ГОСТ Р 50762–95 «Общественное питание. Классификация предприятий»

<...>

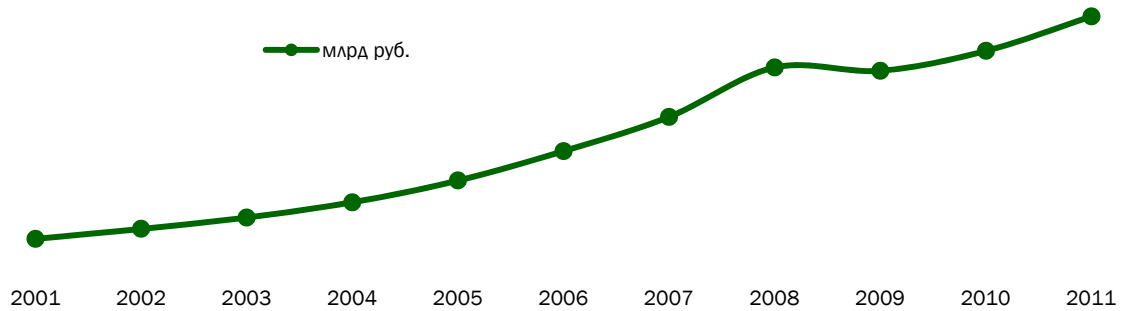




Объем и темпы роста российского рынка общественного питания

По официальным данным, оборот общественного питания за 2011 год составил *** млрд руб., что в процентном соотношении к 2010 году составило ***%.

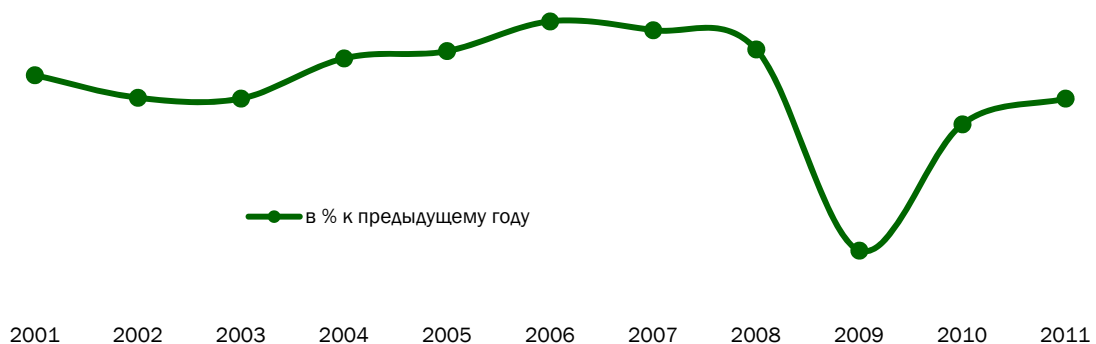
Диаграмма 4. Оборот общественного питания в РФ, 2000–2011



Источник: ФСГС

Индекс физического объема оборота общественного питания в 2009 году составил ***% к предыдущему году – люди стали меньше питаться вне дома. Для сравнения, аналогичный показатель для 2007 и 2008 года составил ***% и ***% соответственно (что свидетельствовало о росте оборота общественного питания и темпов роста года за счет повышения цен на услуги предприятий общественного питания). В 2010 году оборот составил *** млрд руб., индекс физического объема оборота общественного питания за тот же период достиг ***%. В 2011 году было вновь увеличение обоих показателей: оборот общественного питания составил *** млрд руб., индекс физического объема достиг отметки ***%.

Диаграмма 5. Индексы физического объема оборота общественного питания в России, 2000–2011



Источник: ФСГС

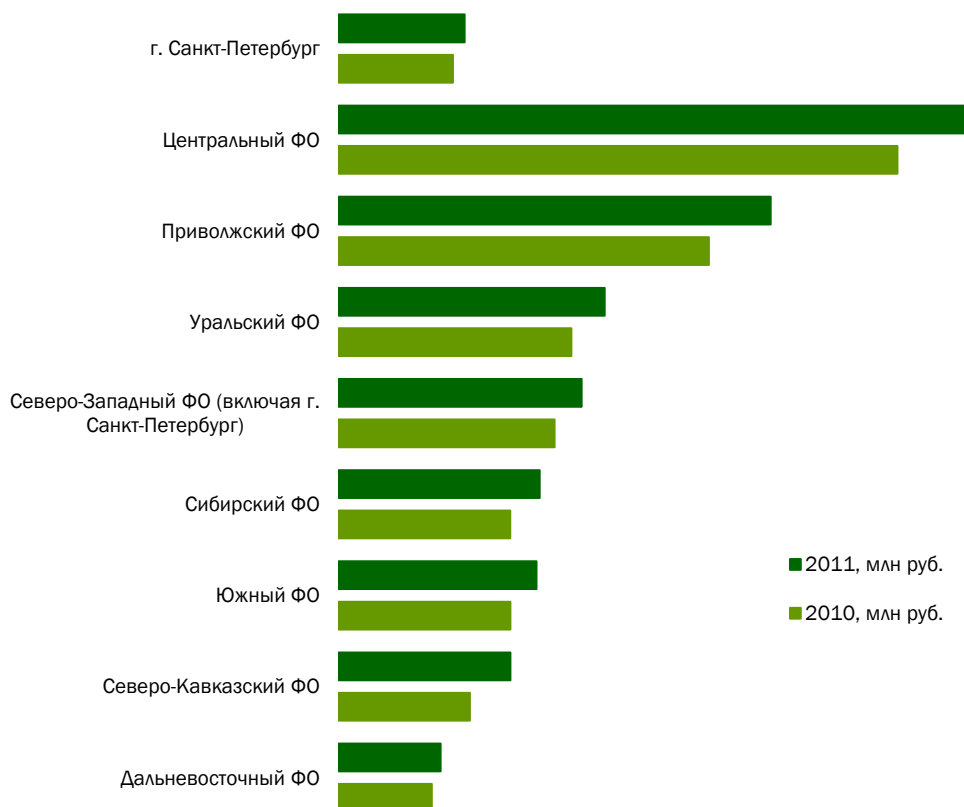
Оборот предприятий общественного питания в России в первом квартале 2012 года вырос на ***% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, достигнув *** млрд руб., по данным ФСГС. <...>



Объем, динамика и структура рынка общественного питания в Санкт-Петербурге

Оборот общественного питания Санкт-Петербурга за 2011 год составил более *** млн руб., что на *** млн руб. больше чем в 2010 году. Наиболее высокие обороты рынка общественного питания в 2010–2011 годах были зафиксированы в Центральном ФО и составили *** млн руб. и *** млн руб., соответственно.

Диаграмма 6. Оборот рынка общественного питания по федеральным округам и Санкт-Петербургу, 2010–2011



Источник: ЕМИСС

<...>





Рестораны медленного обслуживания

Характеристика сегмента

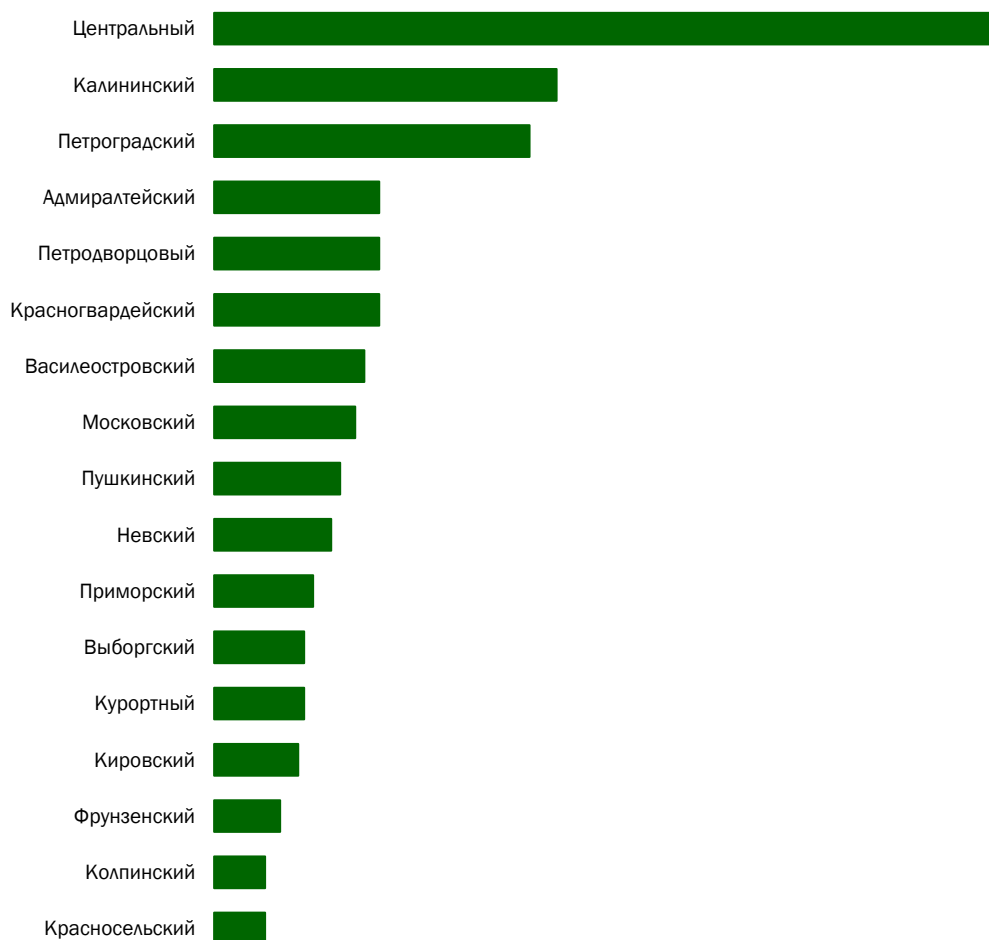
По различным данным, в Санкт-Петербурге насчитывается порядка *** ресторанов медленного обслуживания.

По ценовому критерию можно выделить элитные рестораны и демократичные рестораны.

<...>

По данным AnalyticResearchGroup рестораны Санкт-Петербурга наиболее распространены в Центральном районе (***)%. На втором месте по распространенности – Калининский район Петербурга (***)%, на третьем – Петроградский район (***)%. В Кронштадтском районе рестораны отсутствуют.

Диаграмма 7. Структура распределения ресторанов по районам Санкт-Петербурга, ноябрь 2012

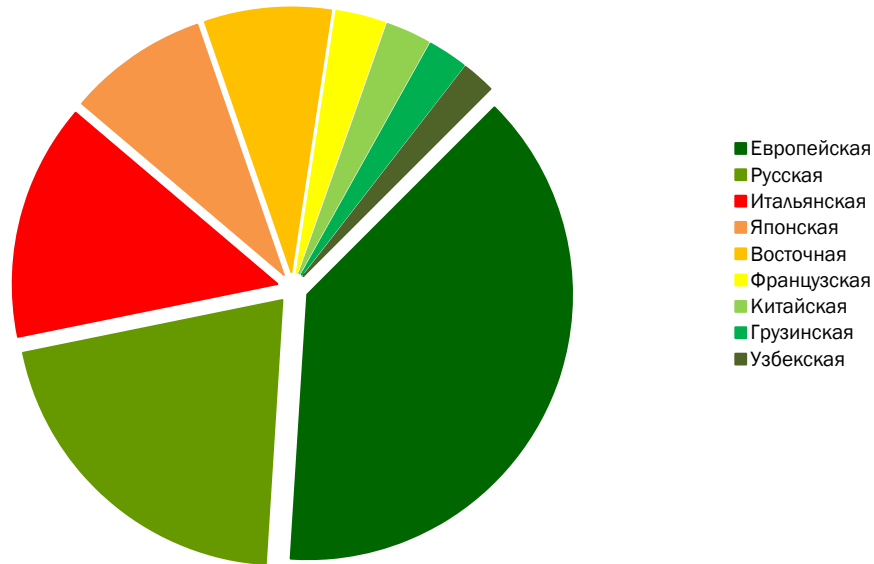


Источник: AnalyticResearchGroup



В ресторанах Санкт-Петербурга наиболее распространена европейская кухня (***)%. Наименее распространенной являются узбекская кухня (***)%.

Диаграмма 8. Распределение видов кухонь в ресторанах Санкт-Петербурга, ноябрь 2012



Источник: AnalyticResearchGroup

<...>

В ноябре 2012 года компания AnalyticResearchGroup провела исследование по кафе в Санкт-Петербурге. В исследование вошли 170 заведений данного типа, расположенные в различных районах города.

Большинство кафе в Санкт-Петербурге не сетевые. Лидером по количеству заведений типа кафе в Санкт-Петербурге является «Брынза» (***) точек), на втором месте - «Ели пилли» (***) точки) и «Blackberry» (***) точки), на третьем - «Bubble Mania» (***) точки), «Флора» (***) точки) и «Жан-Жак Руссо» (***) точки).

Таблица 5. Представители заведений общественного питания типа кафе в Санкт-Петербурге по количеству заведений, ноябрь 2012

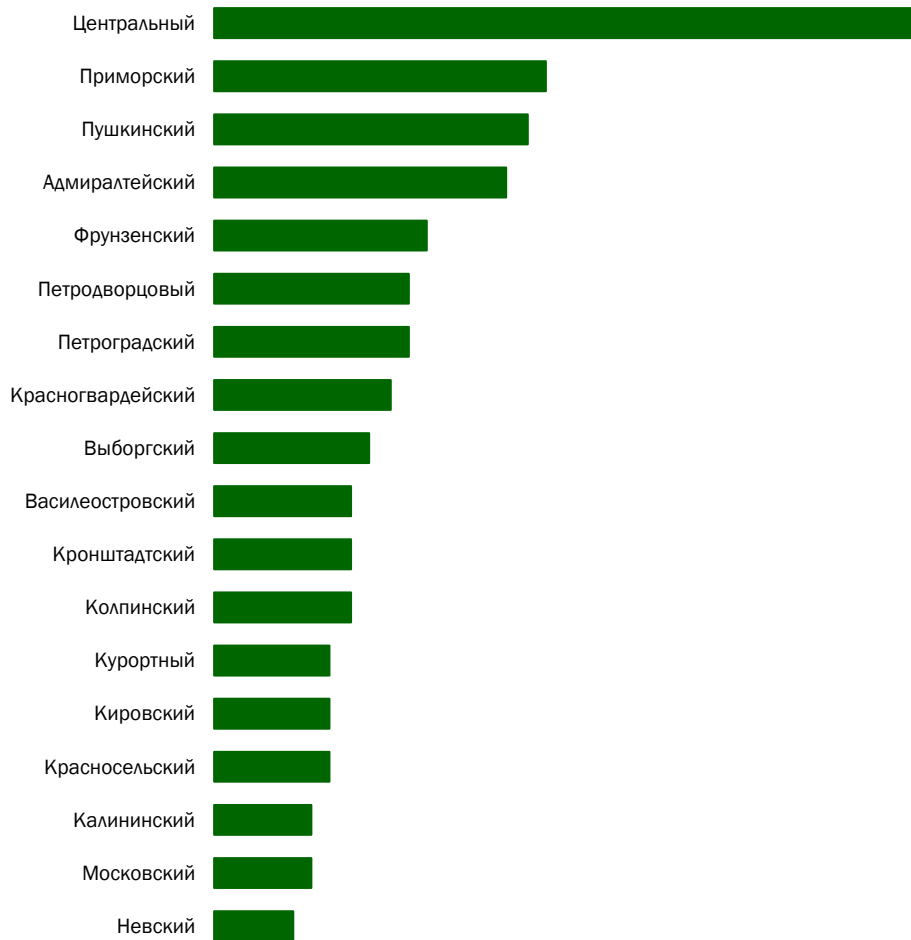
Название	Количество заведений	Название	Количество заведений
Брынза		Колесо	
Ели пилли		Лайк	

Источник: AnalyticResearchGroup



По данным AnalyticResearchGroup заведения общественного питания типа кафе в Санкт-Петербурге наиболее распространены в Центральном районе (***)%. На втором месте по распространенности – Приморский район Петербурга (***)%, на третьем – Пушкинский район (***)%. В Невском районе заведения типа кафе наименее распространены (***)%.

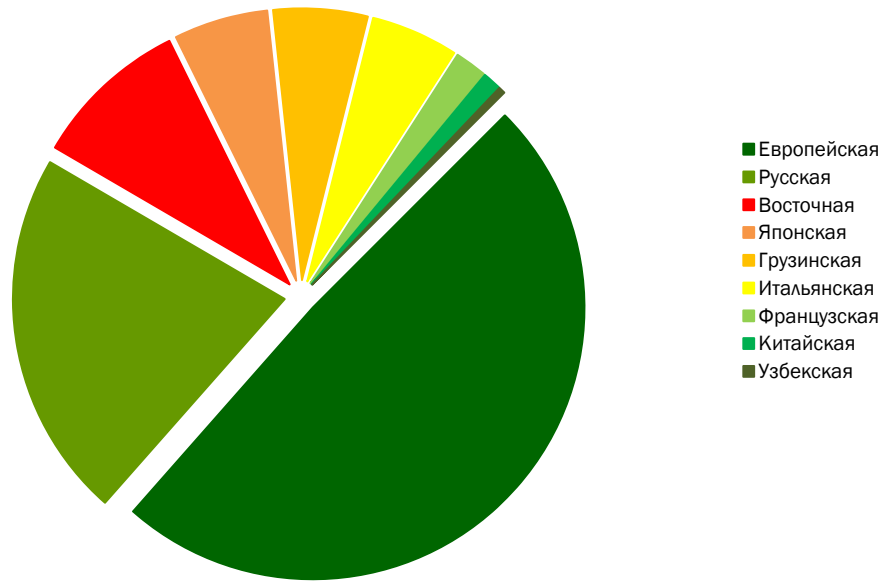
Диаграмма 9. Структура распределения кафе по районам Санкт-Петербурга, ноябрь 2012



Источник: AnalyticResearchGroup

В кафе Санкт-Петербурга наиболее распространена европейская кухня (***)%. Наименее распространенными являются французская (***)%, китайская (***)% и узбекская кухни (***)%.

Диаграмма 10. Распределение видов кухонь в кафе Санкт-Петербурга, ноябрь 2012



Источник: AnalyticResearchGroup

<...>





Фаст-фуд

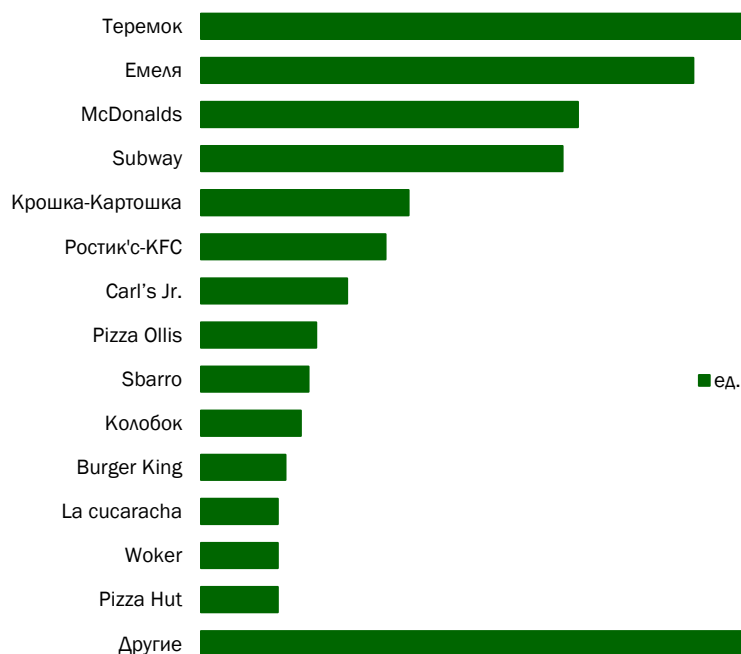
Характеристика сегмента

По темпам роста фаст-фуд в России в последние годы серьезно опережает другие форматы общепита. По данным аналитических исследований («Рестконсалт», Euromonitor International, Intesco Research Group), рынок фаст-фуда занимает до 60% оборота предприятий общественного питания Северной столицы. В 2011 году выручка фаст-фуд-заведений достигла *** млрд руб., что на ***% выше прошлогоднего уровня. Эксперты прогнозируют дальнейший рост этого показателя в ближайшие три года – на ***% ежегодно, в том числе за счет более активной экспансии сетей на региональные рынки.

<...>

Лидером по количеству заведений типа фаст-фуд/пиццерия в Санкт-Петербурге является «Теремок» (*** точек), на втором месте - «Емеля» (*** точки), на третьем – «Макдональдс» (*** точек). Наименьшее количество точек по Петербургу имеют «Pizza Hut» (***), «Woker» (***), и «La cucaracha» (***).

Диаграмма 11. Представители заведений общественного питания типа фаст-фуд/пиццерия по количеству подразделений в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012



Источник: AnalyticResearchGroup

<...>





Инвестиционная привлекательность

Фаст-фуд является одним из наиболее популярных направлений развития общепита.

Затраты на открытие точки фаст-фуда значительно варьируются в зависимости от выбранного типа заведения. Мобильный фаст-фуд является более «дешевым» для открытия бизнесом.

Наиболее дешевым и «легким» продуктом для мобильного фаст-фуда является выпечка (пирожки, слойки и пр.). В такой форме быстрого питания минимум оборудования, минимум первоначальных вложений, минимум персонала, самый дешевый продукт. Придется, возможно, мириться с большим потоком покупателей, повышенными расходами на бухгалтерию, тяжелыми условиями труда и зависимостью от арендодателя. В зависимости от местоположения одна точка может обслуживать *** человек в день.

<...>

Таблица 6. Первоначальные вложения и срок окупаемости заведений сегмента фаст-фуд, 2012

Тип заведения	Первоначальные инвестиции	Срок окупаемости
Мобильный фаст-фуд		
Автобуфеты		

Источник: AnalyticResearchGroup

Следующая форма — небольшие стационарные заведения формата закусочной с *** профильными блюдами (блины, пельмени и пр.). Первоначальные затраты возрастают в несколько раз (*** тыс. долл. и более). На такую форму работы сейчас идут сети передвижного фаст-фуда. Они оставляют покупателю тот же профиль продукта и услуг, что и на улице, и рассчитывают на взаимность, т.е. хотят сохранить тот же уровень оборота. Это значит, что сроки окупаемости фактически не будут уступать ресторанам быстрого питания и кафе (*** года).

<...>





Кафе-кондитерские/кофейни

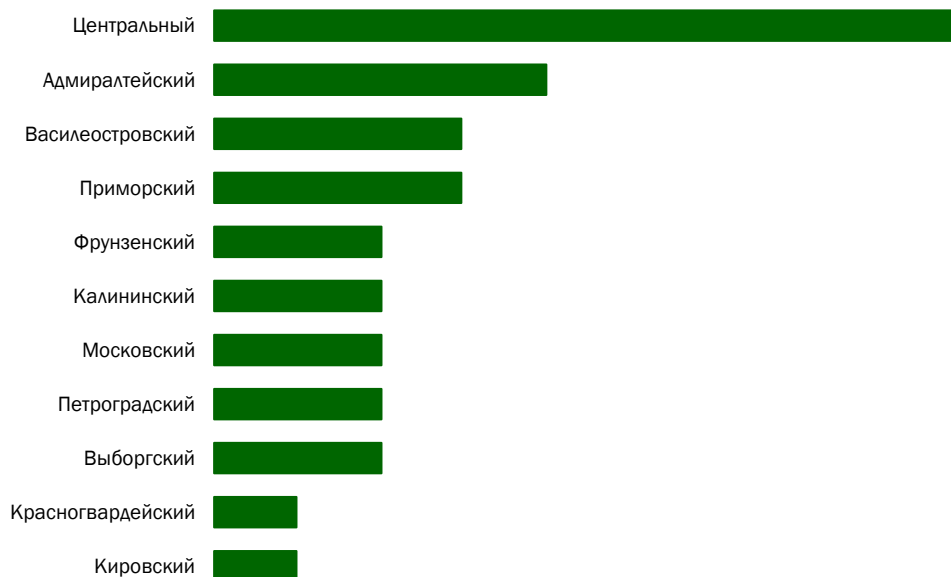
Общая характеристика сегмента и подсегменты

В настоящее время в России успешно развивается сегмент кофеен, а также кафе-кондитерских: появляются как новые сетевые проекты, так и развиваются уже существующие сети, открывая новые заведения. Следует отметить, что в России кофейни как сегмент общественного питания развиваются с 2000 года. Первая современная кофейня в России появилась в Санкт-Петербурге в 1994 году. Активно рынок стал развиваться с 2000 года, когда на кофейном рынке стартовало более десяти проектов кофеен. Одним из крупнейших игроков на российском рынке кофеен выступала компания McDonald's с кофейнями «МакКафе». Однако, образовавшиеся в 2005 году и набравшие обороты к 2007-му местные операторы «Кофе Хауз» и «Шоколадница» вытеснили транснационального лидера.

<...>

По данным AnalyticResearchGroup кондитерские в Санкт-Петербурге наиболее распространены в Центральном районе (***)%. На втором месте по распространенности – Адмиралтейский район Петербурга (***)%. Третье место делят между собой Василеостровский и Приморский районы Петербурга (***)%. В Невском, Красносельском, Пушкинском, Петродворцовом, Курортном и Кронштадтском районах кондитерских нет.

Диаграмма 12. Структура распределения кондитерских по районам Санкт-Петербурга, ноябрь 2012



Источник: AnalyticResearchGroup

<...>



Тенденции развития сегмента

Развитие сегмента кофеен напрямую связан с общей культурой потребления кофе.

В России спрос на кофейную продукцию всегда был достаточно высок, несмотря на то, что традиционно русская нация считалась «чайной». Большинство россиян, однако, сегодня выбирают растворимый кофе. На долю натурального кофе, по данным компании Paulig, сегодня приходится порядка ***% рынка. Экспертные данные подтверждают информацию о лидирующей позиции России среди основных потребителей растворимого кофе на мировом рынке: в среднем, по данным производителей, россияне выпивают около *** тыс. тонн в год¹. Растворимый кофе пользуется популярностью среди российского потребителя в первую очередь потому, что он ценит удобство и минимизацию затрат, также, вероятно, сказывается советское прошлое.

<...>

Кофейни продолжают продвигаться в спальные районы города. При более низких арендных ставках можно привлекать клиентов демократичными ценами. В перспективе заведения формата кофеен в спальных районах будут открываться в отдельных помещениях.

Продолжает развитие сравнительно новая для Петербурга, но уже устоявшаяся на Западе услуга — предложение кофе на вынос. Развитие данной услуги поможет повысить проходимость заведений, а, следовательно, и прибыли.

¹ Для сравнения: британцы потребляют более 30 тыс. тонн, мексиканцы - более 25 тыс. тонн, японцы - менее 30 тыс. тонн ежегодно.



Пабы, бары, трактиры, пивные

Общая характеристика и структура сегмента

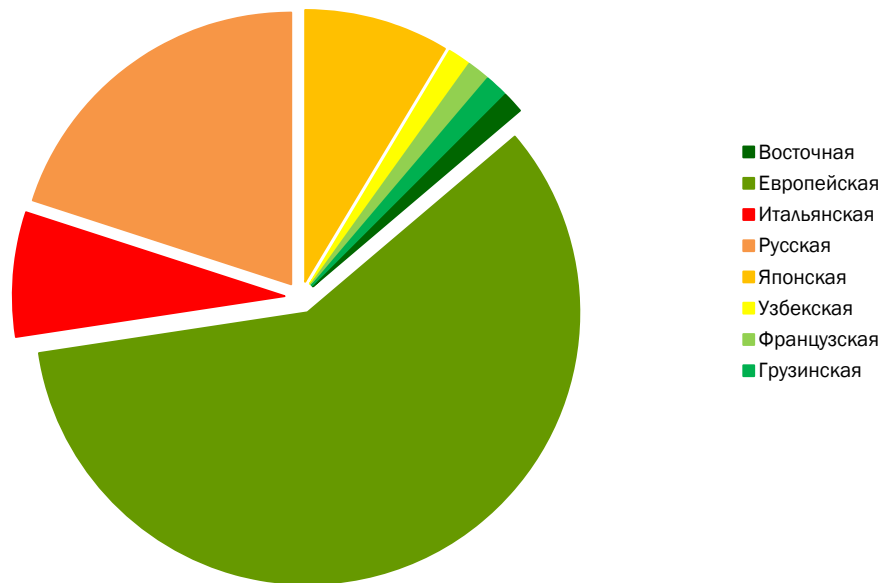
Сегмент баров и пивных является неоднородным и включает в себя несколько типов заведений. Все они, несмотря на схожесть форматов, обладают определенной спецификой, что делает возможным определять их как подсегменты.

Пивные заведения различного типа — один из наиболее динамично развивающихся форматов. Потенциал данного формата еще не насыщен. В настоящее время наблюдается пик популярности данного формата и как минимум еще *** года стоит ожидать сохранения подобной динамики развития.

На данный момент среди пивных заведений преобладают одиночки. Также есть общероссийские сети — «Тинькофф» или «Сибирская корона» (совместный проект компании «Росинтер» и пивоваренного завода Sun Interbrew).

<...>

Диаграмма 13. Распределение видов кухонь в пивных ресторанах в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012



Источник: AnalyticResearchGroup

<...>



В проведенном исследовании AnalyticResearchGroup отмечено, что в большинстве заведений типа бар/паб в Санкт-Петербурге нет доставки, лишь в *** заведении («Killfish») из *** она присутствует. Минимальная сумма заказа составляет 500 руб.

Во многих заведениях типа бар/паб в Санкт-Петербурге проводятся различные акции, например:

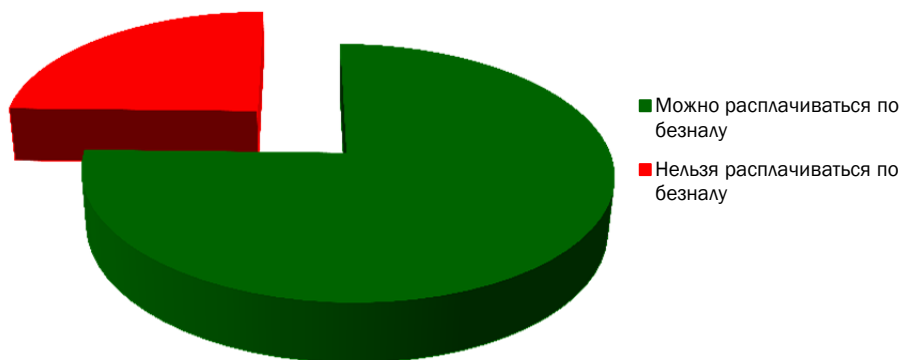
- в заведении «O'Briens» с понедельника по пятницу с 12.00 до 16.00 скидка на основное меню 30%, бизнес-ланчи идут от 99 руб.;

- в пабе «Холи Молли» ежедневно с 16 до 18 часов к каждой пинте пива наливают виски. По будням ночью с 2.00- 6.00 часов скидка на всю кухню 20%. С 12.00 до 17 часов скидка на всю кухню 20%. Скидка 20% на вторую порцию мяса в коробочке, скидка 10% на предварительный заказ от *** руб.;

- в заведении «O'Hoooligans» пришедшие посетители в кепке получают скидку 10%, с 12.00 до 16.00 часов скидка ***% на кухню, с 16.00 до 19.00 часов вторая пинта пива в подарок. С 22.00 до 23.00 часов все блюда за пол цены. Скидка на все мясные блюда ***%.

В *** заведениях типа бар/паб в Санкт-Петербурге можно расплачиваться по безналу («Morape», «XXXX бар» и другие), в *** заведениях такая услуга не предоставлена.

Диаграмма 14. Структура заведений общественного питания типа бар/паб в Санкт-Петербурге, принимающие безналичную оплату заказа, ноябрь 2012



Источник: AnalyticResearchGroup

<...>



Кейтеринг — доставка готовой еды

Общая характеристика сегмента

Кейтеринг (от английского слова to cater — поставлять провизию, обслуживать) появился в США в начале XX века во время масштабного строительства небоскребов.

Рынок кейтеринга в России развивается уже более *** лет в Москве и Санкт-Петербурге, в других крупных городах России — более *** лет. Это направление является пока относительно молодым и, вместе с тем, перспективным. Часто кейтеринг является дополнительным способом привлечения новых и удержания постоянных клиентов. Однако сейчас наметилась тенденция к появлению компаний, специализирующихся исключительно на доставке еды, и не имеющих специально отведенного помещения на территории заведения для потребления пищи.

Самыми активно развивающимися направлениями стали событийное выездное обслуживание и корпоративное питание, уверенно растут сегменты индустриального кейтеринга, обслуживания на транспорте и на удаленных объектах. Недавно в России появился социальный кейтеринг, предусматривающий организацию питания в учебных, медицинских, военных и исправительных учреждениях.

<...>



Основные игроки

Сегодня в России действуют более *** кейтеринговых компаний. При этом основную часть рынка аккумулируют *** компаний. Среди основных игроков — Sodexo, «Корпус Групп» («Фигаро», Parad Catering и «ЛаньЧ»), Potel&Chabot, Fusion Management («Бризоль», «Шекспир», RU catering и Fork), «Мега фудс», «Мастер Фуд», «Улей-Кейтеринг» и «Новиков-Кейтеринг».

<...>

От *** до ***% заказов на предоставление кейтеринговых услуг поступает от юридических лиц и корпоративных клиентов, однако в некоторых регионах России на долю корпоративных заказов приходится меньше ***%.

Основной целевой аудиторией для кейтеринга являются офисные служащие.

Российская клиентура в данном сегменте весьма отличается от общемировой: если на западе за доставку еду и организацию питания сотрудников специализированными компаниями готовы платить даже школы, больницы и фабрики, то в России это в основном коммерческие структуры.

Таблица 7. Компании, пользующиеся услугами «Мастер Фуд», 2011

Название компаний	
Производство продуктов питания «Нестле»	«Центральный Телеграф»
PEPS»	ФГУП СНПО «Элерон»

Источник: компания «ЛаньЧ»

В середине 90-х годов, когда кейтеринг только начал появляться, основными клиентами были западные компании, которые во многом и способствовали появлению данного направления общепита. В настоящее время клиентская база кейтеринга примерно на ***% состоит из отечественных компаний.

Стабильно высоким спросом пользуются услуги по доставке обедов в нижней ценовой категории.





Инвестиционная привлекательность

В последние годы многие предприятия стали уделять значительное внимание вопросам повышения мотивации персонала, одним из инструментов которого является организация питания сотрудников на предприятии.

Рынок организации корпоративного питания характеризуется относительно невысокой рентабельностью по сравнению с открытыми ресторанами и кафе. Однако у него есть ряд неоспоримых преимуществ, главное среди которых — минимальные риски вложенных средств. Чтобы открыть небольшую столовую в офисном центре или на предприятии, достаточно *** тыс. долл. Срок окупаемости вложений составляет в среднем *** года.

<...>

Затраты на открытие бизнеса на рынке кейтеринга зависят от выбранной категории предприятия, сегмента, планируемого объема продаж и качества обслуживания. Относительно недорогой будет организация компании, занимающейся исключительно доставкой готовой еды других производителей или открытие отдела по доставке на базе уже существующего ресторана. Основными затратами будут: приобретение необходимого автомобильного парка и найм персонала для оперативного приема и обработки заказов, а также непосредственно доставки (до *** человек).

Организация компании, занимающейся доставкой еды собственного изготовления, — дороже и сложнее. В дополнение к затратам на автотранспорт и персонал появятся затраты на покупку оборудования для приготовления пищи и продвижения услуг.

По оценкам игроков рынка кейтеринга, чтобы стационарному ресторану выйти на рынок кейтеринга, необходимо привлечь профессионального сотрудника, обладающего знаниями и опытом по организации выездного обслуживания, взять в аренду специальное кейтеринговое оборудование, при необходимости также нанять временный обслуживающий персонал. Это позволит ресторану обслуживать небольшие выездные мероприятия.

Рентабельность кейтерингового бизнеса держится на уровне ***%. Это касается как организации корпоративной столовой, так и доставки готовых обедов.

<...>





Характеристика потребительских предпочтений на рынке общественного питания Санкт-Петербурга

Компания AnalyticResearchGroup в ноябре 2012 года на основе анкетирования провела анализ потребительских предпочтений на рынке общественного питания Санкт-Петербурга. В исследовании приняли участия 500 жителей Петербурга, из них *** мужчин и *** женщины, различной возрастной категории.

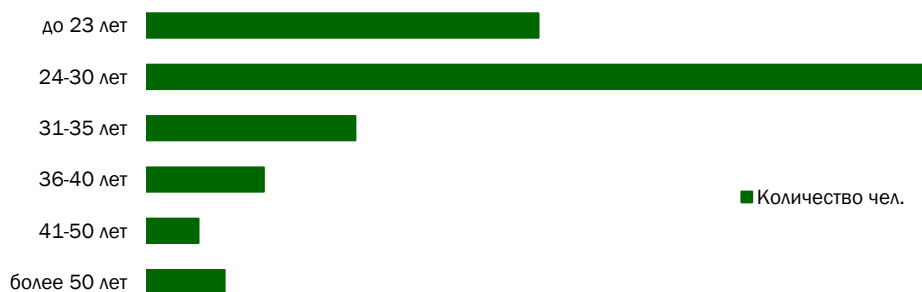
Диаграмма 15. Половая структура участников анкетирования (n=500), ноябрь 2012



Источник: AnalyticResearchGroup

Наибольшее количество человек, участвующих в опросе, составили возрастную категорию от 24 до 30 лет (*** чел.). *** жителей Санкт-Петербурга попали в категорию до 23 лет, *** человека – в категорию от 31 до 35 лет. *** человек, участвовавших в анкетировании попали в группу от 41 до 50 лет и *** человека – в группу более 50 лет.

Диаграмма 16. Возрастная структура жителей Санкт-Петербурга, принявших участие в исследовании (n=500), ноябрь 2012



Источник: AnalyticResearchGroup

<...>





Анализ рынка недвижимости под предприятия общественного питания

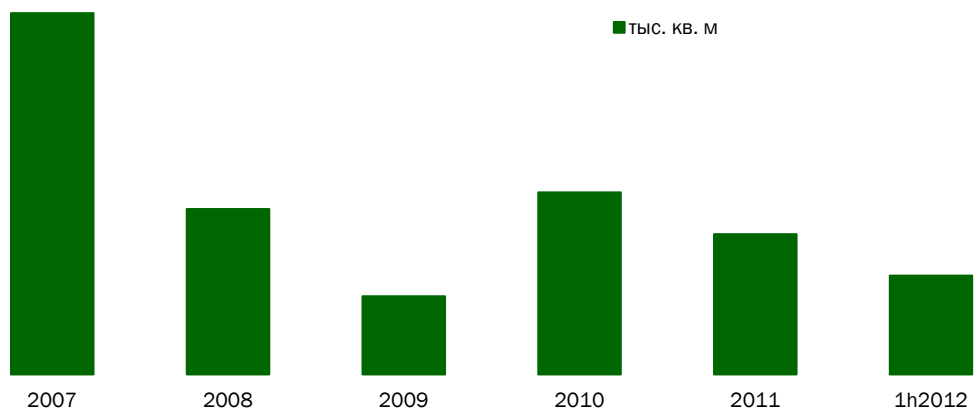
Предложение

В 2012 году на инвестиционном рынке наблюдается активность как институциональных инвесторов, так и крупных девелоперских компаний; и сделка по продаже ТК «СуперСива» - яркий тому пример. Если ситуация на глобальных финансовых рынках не ухудшится, то ожидается еще несколько крупных сделок. В целом рынок сейчас стал спокойнее, инвесторы тщательно оценивают свои риски, и общее развитие рынка недвижимости приводит к увеличению доли качественных проектов, которые могут претендовать на звание «инвестиционного продукта».

Аналитики компании Knight Frank отмечают высокую активность спроса со стороны как российских торговых операторов, так и зарубежных игроков. Это подтверждается заключением в 1h2012 года ряда крупных сделок аренды, а также анонсами крупнейших игроков рынка о начале реализации новых проектов. Особенно активны торговые операторы сегментов FMCG и общественного питания, при этом последние не боятся развивать новые для рынка Санкт-Петербурга форматы.

Объем качественной торговой недвижимости в Санкт-Петербурге на конец июня 2012 года составляет порядка *** млн. кв. м. Объем ввода торговых площадей за 1h2012 года – *** тыс. кв. м. (прирост за пол года составил ***%).

Диаграмма 17. Динамика ввода торговых площадей, 2007–2012



Источник: London Real Invest



В третьем квартале 2012 года для посетителей открылись сразу 4 профессиональных торговых комплекса – ровно столько же, сколько за первое полугодие 2012 года. Помимо долгожданного открытия после реконструкции «Дома ленинградской торговли» (TSUM Saint Petersburg), в отчетном периоде начали работу еще два торговых комплекса: Aura Boutique Centre и «Электра». <...>

Таблица 8. Торговые комплексы, открытие которых состоялось в 3q2012 года

Наименование объекта	Адрес	Общая площадь торговой части проекта, кв. м	Девелопер/участник проекта
Дом ленинградской торговли (TSUM Saint Petersburg)	Б. Конюшенная ул., 21-23		Mercury
Международный		30 000	

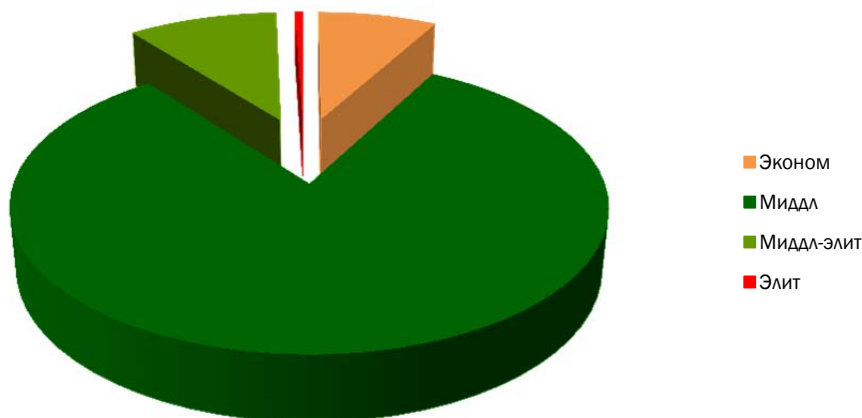
Источник: Knight Frank

Несмотря на ввод новых объектов, в 3q2012 года совокупное предложение арендопригодных торговых площадей на рынке Санкт-Петербурга незначительно сократилось по сравнению с концом 1h2012 года. Это произошло ввиду закрытия некоторых торговых комплексов на реконструкцию или реконцепцию.

<...>

Торговые площади свыше *** кв. м занимают торгово-развлекательные комплексы, многофункциональные комплексы и моллы. Крупнейшие торговые комплексы (от *** тыс. кв. м и более) позиционируются преимущественно в формате «миддл».

Диаграмма 18. Структура торговых площадей Санкт-Петербурга по классам, 1h2012



Источник: London Real Invest





Спрос

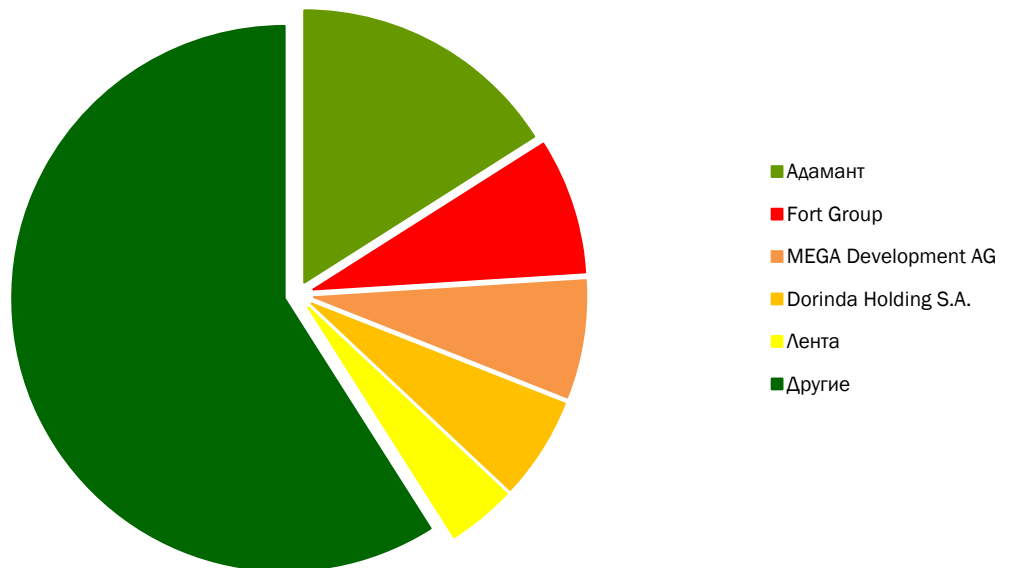
Поглощение арендопригодных площадей за первое полугодие 2012 года оказалось меньше ввода за тот же период на ***% и составило почти *** тыс. кв. м, что равно ***% от годового значения аналогичного показателя за 2011 год. Доля свободных площадей на конец июня 2012 года составила **%, увеличившись за отчетный период на ** п.п. по сравнению с концом 2011 года. Рост показателя произошел за счет ввода новых объектов, но в силу того, что они вышли на рынок с достаточно высокими уровнями заполняемости (в среднем ***%), увеличение доли свободных площадей было незначительным.

В результате роста предложения в первом полугодии 2012 года обеспеченность качественными арендопригодными торговыми площадями достигла ** кв. м на 1 000 жителей Санкт-Петербурга. Наиболее значительный рост обеспеченности произошел во Фрунзенском районе – **%, что вплотную приблизило этот район к пятерке районов-лидеров по обеспеченности арендопригодными торговыми площадями в Санкт-Петербурге.

<...>

Холдинг «Адамант» продолжает усиливать свои позиции на рынке качественной торговой недвижимости Санкт-Петербурга: хотя за последний год доля компании увеличилась незначительно, совокупный объем арендопригодных торговых площадей, принадлежащих холдингу, вырос на ***%.

Диаграмма 19. Доля крупнейших холдингов на рынке качественной недвижимости Санкт-Петербурга, 1h2012



Источник: London Real Invest

<...>





Ценовая ситуация

Основные факторы, влияющие на уровень арендных ставок:

- местоположение торгового комплекса;
- локальное расположение помещения внутри здания;
- площадь помещения;

<...>.

В 1h2012 года рост ставок аренды в наиболее востребованных торговых центрах классов «миддл» и «миддл-элит» составил от ***% до ***%. На рост арендных ставок повлияло, в том числе, изменение курса рубля по отношению к доллару.

Средняя ставка аренды в торговых центрах класса «элит» – *** руб./кв. м/мес., класса «миддл-элит» – *** руб./кв. м/мес., класса «миддл» – *** руб./кв. м/мес., «эконом» – *** руб./кв. м/мес. (арендные ставки для помещений средней площади).

В специализированных торговых центрах средняя ставка аренды составляет *** руб./кв. м/мес. Наиболее высокие арендные ставки устанавливаются для магазинов одежды, парфюмерии и косметики, наиболее низкие – для продуктовых супермаркетов, развлекательных и досуговых объектов.

Таблица 9. Арендные ставки на торговые помещения в зависимости от сегментов, 1h2012

Сегмент	Мин. ставка, руб./кв. м/мес.	Средняя ставка, руб./кв. м/мес.	Макс. ставка, руб./кв. м/мес.
Эконом			
Миддл			

Источник: London Real Invest

<...>





Тенденции рынка общественного питания Санкт-Петербурга

В целом сегмент ресторанов медленного обслуживания в Санкт-Петербурге остается ненасыщенным. Можно говорить о заполненности лишь одного подсегмента — элитных ресторанов, и то в основном за счет естественно ограниченного спроса. Наиболее динамично будут развиваться демократические рестораны средней ценовой категории, при стабилизации экономики и росте реальных располагаемых доходов населения.

Востребованной будет традиционная русская кухня, как основная и наиболее привычная для российского посетителя. Мода на японскую кухню пойдет на убыль, кроме того сегмент японских демократичных ресторанов Москвы довольно насыщен: рестораны «Планета Суши», «Якитория», «Япоша» устанавливают в нем собственные правила. Вероятнее всего, следующими «хитами» будут экзотические кухни, например, тайская и индийская кухни.

<...>

Для заведений данного сегмента наиболее вероятна активная и успешная экспансия в спальные районы, что объясняется спецификой их формата. В бары и пабы чаще всего ходят отдохнуть после работы, и удобное расположение, недалеко от места проживания, будет являться дополнительным стимулом, привлекающим клиентов посетить пивную недалеко от дома, а не в центре города. Относительно низкие арендные ставки спальных районов помогут барам на окраинах предлагать горячительные напитки по более низким ценам.

Финансово-экономический кризис способствовал формированию экономического сегмента. Выживанию и становлению компаний этого сегмента содействовала диверсификация бизнеса корпоративного питания в сферу событийного кейтеринга (сюда входит как обслуживание небольших частных мероприятий, так и деловых обедов, например, во время проведения выставок).

Сегмент кейтеринговых компаний среднего ценового сегмента также сделал предложение эконом-класса. В премиум-сегменте основные игроки закрепили свое лидирующее положение.

Сегодня кейтеринговые компании стремятся дать клиентам полный вид услуг: от доставки обедов до организации различных мероприятий, как выездных, так и стационарных.

<...>





Приложение

Приложение 1. Динамика основных макроэкономических показателей Санкт-Петербурга

Таблица 10. Динамика основных макроэкономических показателей (2009 год — базовый), 2010—2015

Показатель	Вариант	Отчет		Оценка на 2012 год	Прогноз на		
		2010	2011		2013	2014	2015
ВРП (в основных ценах соответствующих лет) млрд руб.	1 ²						
	2 ³						
Индекс физического объема ВРП, в % к предыдущему году в постоянных основных ценах	1						
	2						

Источник: Контрольно-счетная палата Санкт-Петербурга, Заключение на проект закона Санкт-Петербурга «О бюджете Санкт-Петербурга на 2013 год и на плановый период 2014 и 2015 годов»

Приложение 2. Рейтинг ресторанов, кафе, баров Санкт-Петербурга

Таблица 11. Топ-50 ресторанов, кафе, баров Санкт-Петербурга, ноябрь 2012

Место	Название	Кухня
1	Бар-ресторан Solnce / Солнце	
2	Гранд-кафе Самеба	

Источник: портал AllCafe.ru

² 1 вариант (консервативный) предполагает сохранение низкой конкурентоспособности по отношению к импорту, а также более низкие расходы на развитие компаний инфраструктурного сектора. Сценарий основан на проведении более жесткой бюджетной политики, связанной со стагнацией государственного инвестиционного спроса и более низкими темпами роста заработных плат бюджетников и военнослужащих. Годовые темпы роста экономики Российской Федерации в 2012-2015 годах оцениваются на уровне 3,1-4,1 %.

³ 2 вариант (умеренно-оптимистичный) отражает развитие экономики в условиях реализации активной государственной политики, направленной на улучшение инвестиционного климата, повышение конкурентоспособности и эффективности бизнеса, на стимулирование экономического роста и модернизации, а также на повышение эффективности расходов бюджета. В условиях данного варианта рост ВВП в 2012 году составит 3,4 %, а в 2013-2015 годах ускорится до 3,8-4,7 %.





Приложение 3. Список таблиц и диаграмм

Таблица 1. Исполнение консолидированных бюджетов Санкт-Петербурга, на 1 сентября 2012	10
Таблица 2. Инвестиции в основной капитал, 1h2012.....	11
Таблица 3. Индекс промышленного производства в Санкт-Петербурге и ЛО, январь–сентябрь 2012.....	14
Таблица 4. Строительство жилых домов, январь-сентябрь 2012.....	19
Таблица 5. Общий объем оборота оптовой торговли, январь-сентябрь 2012.....	22
Таблица 6. Коэффициенты рождаемости, смертности и естественного прироста населения Санкт-Петербурга, 2011–2012.....	24
Таблица 7. Классификация типов предприятий общественного питания.....	35
Таблица 8. Структура потребительских расходов домашних хозяйств в России в среднем на члена домохозяйства в месяц в городской местности, 2003–2011.....	40
Таблица 9. Прирост количества сетевых заведений общественного питания в России, 2011–2012.....	44
Таблица 10. Рейтинг популярности ресторанов Санкт-Петербурга, 21.10.2012–29.10.2012.....	58
Таблица 11. Структура ресторанов Санкт-Петербурга по количеству заведений, ноябрь 2012.....	60
Таблица 12. Рестораны Санкт-Петербурга, открытые в 2012 году.....	70
Таблица 13. Представители заведений общественного питания типа кафе в Санкт-Петербурге по количеству заведений, ноябрь 2012.....	73
Таблица 14. Кафе Санкт-Петербурга, открытые в 2012 году.....	80
Таблица 15. Важность факторов, обеспечивающих развитие ресторанов разных сегментов.....	85
Таблица 16. Сравнительная характеристика мобильных, стационарных точек быстрого питания и недорогих ресторанов.....	94
Таблица 17. Первоначальные вложения и срок окупаемости заведений сегмента фаст-фуд, 2012.....	110
Таблица 18. Основные игроки рынка кофеен на рынке Санкт-Петербурга, ноябрь 2012.....	125
Таблица 19. Представители заведений общественного питания типа кейтеринг по количеству подразделений в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012.....	144
Таблица 20. Компании, пользующихся услугами «Мега Фудз», 2011.....	150
Таблица 21. Компании, пользующихся услугами «ЛаньЧ», 2011.....	152
Таблица 22. Компании, пользующиеся услугами «Мастер Фуд», 2011.....	154
Таблица 23. Рейтинг характеристик заведений общественного питания Санкт-Петербурга (n=500), ноябрь 2012.....	163
Таблица 24. Торговые комплексы, открытие которых состоялось в 3q2012 года.....	171
Таблица 25. Торговые центры, открытие которых ожидается до конца 2012.....	172
Таблица 26. Обеспеченность торговыми площадями по районам, 1h2012.....	177
Таблица 27. Арендные ставки на торговые помещения в зависимости от сегментов, 1h2012.....	179





Таблица 28. Основные финансовые характеристики встроенных торговых помещений в Санкт-Петербурге, 2011	183
Таблица 29. Динамика основных макроэкономических показателей (2009 год – базовый), 2010–2015.....	190
Таблица 30. Топ-50 ресторанов, кафе, баров Санкт-Петербурга, ноябрь 2012	193

Диаграмма 1. Инвестиции в основной капитал РФ, 2006–2012	10
Диаграмма 2 Поступление инвестиций от иностранных инвесторов, январь-июнь 2012	12
Диаграмма 3. Итоги внешней торговли Санкт-Петербурга, 2011–2012	13
Диаграмма 4. Финансовый результат прибыльных организаций, 2011–2012	16
Диаграмма 5. Финансовый результат убыточных организаций, 2011–2012	16
Диаграмма 6. Оборот организаций по видам экономической деятельности, 2011–2012	17
Диаграмма 7. Объем перевозки грузов и грузооборот в Санкт-Петербурге, 2011–2012	18
Диаграмма 8. Объем выполненных работ по виду деятельности «Строительство», 2011–2012	19
Диаграмма 9. Оборот розничной торговли на душу населения Санкт-Петербурга, 2008–2015	20
Диаграмма 10. Динамика оборота розничной торговли пищевыми продуктами, включая напитки, и табачными изделиями в Санкт-Петербурге, в % к соответствующему периоду предыдущего года, 2011–2012	21
Диаграмма 11. Оборот общественного питания в Санкт-Петербурге, 2011–2012.....	21
Диаграмма 12. Численность населения Санкт-Петербурга на начало отчетного периода, 2010–2021	23
Диаграмма 13. Численность безработных и занятых в экономике, 2010–2012	25
Диаграмма 14. Численность экономически активного населения, 2008–1q2012.....	25
Диаграмма 15. Численность экономически активных мужчин и женщин, 2010–1q2012	26
Диаграмма 16. Динамика уровня занятости населения, 2010–1q2012	27
Диаграмма 17. Динамика численности безработных, 2010–1q2012	27
Диаграмма 18. Уровень безработицы по МОТ по субъектам СЗФО за 1q2012	28
Диаграмма 19. Индекс потребительских цен Санкт-Петербурга на все товары и услуги, 2011–2012	29
Диаграмма 20. Индекс цен на продовольственные товары в Санкт-Петербурге, 2011–2012	29
Диаграмма 21. Индекс цен на непродовольственные товары в Санкт-Петербурге, 2011–2012	30
Диаграмма 22. Среднедушевые денежные доходы населения, 2011–2012	31
Диаграмма 23. Динамика реальных денежных доходов населения, 2011–2012.....	31
Диаграмма 24. Динамика реальной начисленной заработной платы, в % к соответствующему месяцу предыдущего года, 2011–2012.....	32
Диаграмма 25. Среднемесячная начисленная заработная плата по видам экономической деятельности, май 2012.....	32
Диаграмма 26. Структура денежных расходов населения, 2011–2012	33





Диаграмма 27. Оборот общественного питания в РФ, 2000–2011	38
Диаграмма 28. Индексы физического объема оборота общественного питания в России, 2000–2011	38
Диаграмма 29. Оборот общественного питания в РФ, 2012	39
Диаграмма 30. Доля общественного питания в общей структуре расходов домашних хозяйств в России, 2003–2010	41
Диаграмма 31. Географическая структура рынка общественного питания России по количеству сетевых точек общественного питания, 1q2012	42
Диаграмма 32. Динамика структуры рынка сетей общественного питания России в зависимости от концепций заведений заведения, 1q2011–1q2012	43
Диаграмма 33. Оборот рынка общественного питания по федеральным округам и Санкт-Петербургу, 2010–2011	45
Диаграмма 34. Доля Санкт-Петербурга в общероссийском обороте рынка общественного питания, 2010–2011	46
Диаграмма 35. Индекс физического объема оборота рынка общественного питания по федеральным округам и Санкт-Петербургу, 2010–2011	47
Диаграмма 36. Распределение организаций общественного питания по типам в Санкт-Петербурге, октябрь 2012	48
Диаграмма 37. Распределение организаций общественного питания Санкт-Петербурга по среднему чеку (n=4 194), октябрь 2012	49
Диаграмма 38. Распределение ресторанов по виду кухни в Санкт-Петербурге (n = 5 368), октябрь 2012	50
Диаграмма 39. Структура безналичной формы оплаты в заведениях общественного питания Санкт-Петербурга, октябрь 2012	51
Диаграмма 40. Структура заведений общественного питания Санкт-Петербурга, которые предлагают специальное меню, октябрь 2012	51
Диаграмма 41. Структура заведений общественного питания Санкт-Петербурга, структурированные по районам города, октябрь 2012	52
Диаграмма 42. Структура распределения ресторанов по районам Санкт-Петербурга, ноябрь 2012	68
Диаграмма 43. Распределение видов кухонь в ресторанах Санкт-Петербурга, ноябрь 2012	69
Диаграмма 44. Структура ресторанов по среднему чеку в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012	69
Диаграмма 45. Структура ресторанов Санкт-Петербурга, принимающие безналичную оплату заказа, ноябрь 2012	71
Диаграмма 46. Структура ресторанов Санкт-Петербурга, имеющих зал для курящих, ноябрь 2012	72
Диаграмма 47. Структура ресторанов Санкт-Петербурга, имеющих зал для некурящих, ноябрь 2012	72
Диаграмма 48. Структура ресторанов Санкт-Петербурга по наличию Wi-Fi, ноябрь 2012	73
Диаграмма 49. Структура распределения кафе по районам Санкт-Петербурга, ноябрь 2012	78
Диаграмма 50. Распределение видов кухонь в кафе Санкт-Петербурга, ноябрь 2012	79





Диаграмма 51. Структура заведений типа кафе по среднему чеку в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012	79
Диаграмма 52. Представители заведений общественного питания типа суши-бар по количеству подразделений в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012.....	82
Диаграмма 53. Структура распределения суши-баров по районам Санкт-Петербурга, ноябрь 2012	83
Диаграмма 54. Структура суши-баров по среднему чеку в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012	84
Диаграмма 55. Представители заведений общественного питания типа фаст-фуд/пиццерия по количеству подразделений в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012	96
Диаграмма 56. Структура распределения заведений типа фаст-фуд/пиццерии по районам Санкт-Петербурга, ноябрь 2012	97
Диаграмма 57. Распределение видов кухонь в заведениях типа фаст-фуд/пиццерии в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012	98
Диаграмма 58. Структура заведений типа фаст-фуд/пиццерии по среднему чеку в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012	98
Диаграмма 59. Кофейни по количеству подразделений в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012	116
Диаграмма 60. Структура распределения кофеен по районам Санкт-Петербурга, ноябрь 2012	117
Диаграмма 61. Структура кофеен по среднему чеку в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012	118
Диаграмма 62. Кондитерские по количеству подразделений в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012	119
Диаграмма 63. Структура распределения кондитерских по районам Санкт-Петербурга, ноябрь 2012	120
Диаграмма 64. Структура кондитерских по среднему чеку в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012	121
Диаграмма 65. Представители заведений общественного питания типа пивной ресторан по количеству подразделений в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012	130
Диаграмма 66. Структура распределения пивных ресторанов по районам Санкт-Петербурга, ноябрь 2012	131
Диаграмма 67. Распределение видов кухонь в пивных ресторанах в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012	132
Диаграмма 68. Структура пивных ресторанов по среднему чеку в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012	132
Диаграмма 69. Структура пивных ресторанов Санкт-Петербурга, принимающие безналичную оплату заказа, ноябрь 2012	134
Диаграмма 70. Представители заведений общественного питания типа бар/паб по количеству подразделений в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012.....	136
Диаграмма 71. Структура распределения заведений типа бар/паб по районам Санкт-Петербурга, ноябрь 2012	137
Диаграмма 72. Распределение видов кухонь в заведениях типа бар/паб в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012	138
Диаграмма 73. Структура заведений типа бар/паб по среднему чеку в Санкт-Петербурге, ноябрь 2012	138





Диаграмма 74. Структура заведений общественного питания типа бар/паб в Санкт-Петербурге, принимающие безналичную оплату заказа, ноябрь 2012	139
Диаграмма 75. Распределение видов кухонь в кейтеринговых компаниях Санкт-Петербурга, ноябрь 2012	146
Диаграмма 76. Структура заведений общественного питания типа кейтеринг в Санкт-Петербурге, принимающие безналичную оплату заказа, ноябрь 2012	147
Диаграмма 77. Половая структура участников анкетирования (n=500), ноябрь 2012 ..	159
Диаграмма 78. Возрастная структура жителей Санкт-Петербурга, принявших участие в исследовании (n=500), ноябрь 2012	159
Диаграмма 79. Социальный статус жителей Санкт-Петербурга (n=500), ноябрь 2012 ...	160
Диаграмма 80. Уровень дохода жителей Санкт-Петербурга (n=500), ноябрь 2012	160
Диаграмма 81. Посещаемость заведений общественного питания жителями Петербурга (n=500), ноябрь 2012	161
Диаграмма 82. Как часто жители Санкт-Петербурга посещают заведения общественного питания (n=500), ноябрь 2012	161
Диаграмма 83. Как выбирают заведения общественного питания жители Петербурга (n=500), ноябрь 2012	162
Диаграмма 84. Ответ на вопрос «Влияет ли на Ваш выбор расположение заведения общественного питания» (n=500), ноябрь 2012	162
Диаграмма 85. Источники информации о заведениях общественного питания (n=500), ноябрь 2012	164
Диаграмма 86. Ответ на вопрос «Влияет ли на Ваш выбор заведения общественного питания различные акции, дисконтные карты и другое» (n=500), ноябрь 2012	165
Диаграмма 87. Посещение заведений общественного питания Санкт-Петербурга по купону (n=500), ноябрь 2012	165
Диаграмма 88. С кем жители Санкт-Петербурга посещают кафе, рестораны и другие заведения общественного питания (n=500), ноябрь 2012	166
Диаграмма 89. Какого типа заведения общественного питания жители Санкт-Петербурга посещают чаще всего (n=500), ноябрь 2012	166
Диаграмма 90. Предпочтения жителей Санкт-Петербурга при выборе кухни заведений общественного питания (n=500), ноябрь 2012	167
Диаграмма 91. Средняя сумма денег, оставляемая жителями Петербурга в заведениях общественного питания за одно посещение (на одного человека) (n=500), ноябрь 2012	167
Диаграмма 92. Ответ на вопрос «Ходите ли Вы в заведения общественного питания на просмотр футбольных матчей и других спортивных соревнований» (n=500), ноябрь 2012	168
Диаграмма 93. Ответ на вопрос «Имеет ли для Вас значение, разрешено или запрещено курить в заведении общественного питания» (n=500), ноябрь 2012	168
Диаграмма 94. Динамика ввода торговых площадей, 2007–2012	170
Диаграмма 95. Структура торговых площадей по районам Санкт-Петербурга, 1h2012.	172
Диаграмма 96. Структура торговых площадей Санкт-Петербурга по классам, 1h2012 ..	173
Диаграмма 97. Ввод, поглощение и доля свободных арендопригодных площадей в Санкт-Петербурге, 1h2012	174





Диаграмма 98. Доля крупнейших холдингов на рынке качественной недвижимости Санкт-Петербурга, 1h2012	175
Диаграмма 99. Динамика вакантных площадей в торговых центрах, 2007–2012	176
Диаграмма 100. Распределение цен на вакантные площади в ТЦ, 2007–2012	180
Диаграмма 101. Структура рынка торговых площадей в Санкт-Петербурге, 2011	182

