



Маркет
Аналитика

ДЕМО-ВЕРСИЯ

**МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ
И АНАЛИЗ
РОССИЙСКОГО РЫНКА
ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В
ДЕМОКРАТИЧНОМ СЕГМЕНТЕ**

Москва, июль 2009



СОДЕРЖАНИЕ

I. ВВЕДЕНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ДЕМОКРАТИЧЕСКОМ СЕКТОРЕ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА ПРОДУКТОВОГО РИТЕЙЛА

- 1.1. Описание предмета исследования
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Характеристики рынка общественного питания
- 1.4. Влияющие и смежные рынки
- 1.5. Резюме по разделу

2. СТРУКТУРА РЫНКА

- 2.1. Сегментация Рынка
- 2.2. Ценовая сегментация рынка
- 2.3. Сезонность на рынке
- 2.4. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

- 3.1. Casual Dining
- 3.2. Сегмент Quick&Casual / Fast Casual
- 3.3. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА

- 4.1. Конкуренция на рынке
- 4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

Casual Dining

Сегмент Quick&Casual / Fast Casual

- 4.3. Резюме по разделу

5. АНАЛИЗ РЫНКА СБЫТА

- 5.1. Влияние кризиса на поведение потребителей
- 5.2. Описание потребительских сегментов



5.3. Резюме по разделу

6. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. SEST-анализ рынка

7.3. Риски и барьеры при выходе на рынок

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



I. ВВЕДЕНИЕ

Под общественным питанием принято понимать отрасль народного хозяйства, занимающаяся производством и продажей готовой пищи и полуфабрикатов. Этот термин использовался только в СССР, в большинстве стран для обозначения этой отрасли сферы услуг используется понятие «рестораны».

До конца 80-х годов XX века система общественного питания в России представляла собой весьма однородную массу предприятий, предоставляющих, как правило, социально - ориентированные услуги. Это были, прежде всего, столовые предприятия, а также школы, лечебные, санаторно-курортные и детские учреждения. И только незначительная часть заведений общественного питания являлась культурно-развлекательными заведениями. Единичные точки общественного питания, рассматривались как предприятия с «высокой кухней», например, рестораны «Прага», «Арагви» в Москве и другие. Система быстрого обслуживания состояла из баров и кафетериев с весьма узким диапазоном предлагаемых продуктов.

...



III. АНАЛИЗ РОССИЙСКОГО РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ В ДЕМОКРАТИЧНОМ СЕГМЕНТЕ

1. Общая характеристика Рынка

1.1. Описание предмета исследования

Предприятие питания - организация, оказывающая услуги общественного питания посредством производства кулинарной продукции, ее реализации и организации питания различных групп населения.

В настоящее время на рынке предприятий общественного питания России не разработана четкая классификация заведений. В мировой практике существует множество принципов классификации ресторанов: по ассортименту, по квалификации персонала, по целевой аудитории, по ценовому уровню. В России наиболее распространена простейшая классификация по типу: ресторан, бар, кафе, столовая, закусочная и так далее. При этом точных требований к тому или иному виду заведений общепита в России до сих пор не разработано. Поэтому обычно специализация заведения общепита определяется, исходя из его собственного позиционирования.

Ресторан - предприятие питания с широким ассортиментом блюд сложного приготовления, включая заказные и фирменные, и повышенным уровнем обслуживания в сочетании с организацией отдыха посетителей. **По ассортименту** реализуемой продукции рестораны подразделяются на: рыбный, пивной, с национальной кухней и т.д.

Бар - предприятие питания с ограниченным ассортиментом продукции, реализующее алкогольные и безалкогольные напитки, закуски, десерты, мучные кондитерские и булочные изделия; способ реализации - через барную стойку. **По ассортименту** реализуемой продукции бары подразделяются на: молочный, пивной, винный, кофейный, коктейль-бар,



гриль-бар и т.п.; **по специфике обслуживания:** видеобар, варьете-бар и др.; по времени функционирования - дневной и ночной.

Кафе - предприятие по организации питания и отдыха посетителей с ограниченным по сравнению с рестораном ассортиментом продукции. **По ассортименту** реализуемой продукции подразделяются на: кафе-мороженое, кафе-кондитерская, кафе-молочная; по контингенту на - молодежное, детское и др.

Столовая - общедоступное или обслуживающее определенный контингент предприятие питания, производящее и реализующее кулинарную продукцию. **По ассортименту** реализуемых блюд столовые разделяются на общего типа и диетическую.

Столовая раздаточная (кулинария) - предприятие питания, реализующее привозимую готовую кулинарную продукцию.

Закусочная - предприятие питания с ограниченным ассортиментом блюд несложного приготовления, предназначенное для быстрого обслуживания посетителей. **По ассортименту** реализуемой продукции закусочные подразделяются на предприятия общего типа и специализированные: пельменную, сосисочную, блинную, пирожковую, пончиковую, чебуречную, шашлычную, чайную и пр.; **по типу реализации** - закусочная, бистро, кафетерий и т.д.

Также в индустрии общественного питания выделяют следующие понятия:

Предприятие питания комплексное - объединение в едином комплексе различных типов предприятий питания, например: ресторан, кафе, закусочная и магазин кулинарии.

Сеть предприятий питания - единоподчиненная группа взаимосвязанных организационно и технологически предприятий питания с необходимыми сопутствующими предприятиями (например, «Макдональдс», «Ёлки-палки»).

Система предприятий питания - совокупность предприятий питания в городе или в рассматриваемом административном округе, районе.

...

1.2. Показатели социально-экономического развития России



Рынок общественного питания, как одна из составляющих российской экономики, находится под влиянием основных социально-экономических показателей в России.

На развитие экономики в целом, а в частности на развитие отдельных рынков влияют в первую очередь следующие факторы:

- Внутренний валовой продукт (ВВП)
- Промышленное производство
- Уровень инфляции
- Уровень доходов населения
- Уровень занятости населения
- Розничная торговля

Внутренний валовой продукт (ВВП). Промышленное производство

Диаграмма 1. Динамика ВВП за период 2002-2009 гг. в номинальных ценах, млрд. руб., и темпы роста, %

...

Уровень инфляции

За январь-декабрь 2009 года инфляция на потребительском рынке составила 8,8%, что является самым низким значением, начиная с 1991 года. Относительно предшествующего года инфляция снизилась на 4,5 п.п., что является беспрецедентным для России.

...

Уровень доходов населения



Развитие рынка общественного питания напрямую зависит от роста доходов населения. За период с 2002 г. по 2007 г. реально располагаемый среднегодовой доход населения России вырос практически в 3 раза и у мужчин, и у женщин, достигнув \$6 137 и \$3 715 на человека соответственно. Доля расходов на общественное питание в доходах населения на протяжении 7 лет демонстрировала положительную динамику.

...

Уровень занятости

Влияние экономического кризиса на рынок труда началось уже в конце 2008 года. Снижение спроса на труд привело к тому, что численность занятых в экономике в 2009 году снизилась на 1,5 млн чел. и составила 69,4 млн чел. Эти люди пополнили собой ряды безработных. Среднегодовая численность безработных составила в 2009 году 6,3 млн чел. (8,4% экономически активного населения).

...

Розничная торговля

Оборот розничной торговли в 2009 году составил 14,5 трлн руб., или 94,5% к 2008 году. Более значительно сказалось потребительское поведение на потреблении услуг общественного питания - за указанный период их объем сократился на 13,5%.

...

1.3. Характеристика рынка общественного питания

По данным Федеральной Службы Государственной Статистики, на начало 2009 года в России насчитывалось около 34,2 тыс. заведений общественного питания, рост по сравнению с началом 2008 года составил около 20%. По оценкам экспертов, после окончания экономического кризиса, в крупных городах России может быть реализован потенциал увеличения рынка до 300-500%¹.

¹ http://www.pitportal.ru/market_research/6638.html



...

1.4. Влияющие и смежные Рынки

Влияющие рынки

Среди рынков, оказывающих влияние на исследуемый, можно выделить следующие: рынок продуктов питания и рынок оборудования для общественного питания. Одной из основных проблем, с которой сталкиваются заведения общественного питания, является рост цен на продукты.

Рынок продуктов питания

Пищевая промышленность - отрасль лёгкой промышленности, совокупность производств пищевых продуктов в готовом виде или в виде полуфабрикатов, а также табачных изделий, мыла и моющих средств, парфюмерно-косметической продукции. В системе агропромышленного комплекса пищевая промышленность тесно связана с сельским хозяйством, как поставщиком сырья, и с торговлей. Часть отраслей пищевой промышленности тяготеет к сырьевым районам, другая часть - к районам потребления.²

...

Таблица 1. Выпуск важнейших видов продукции пищевой промышленности

...

Рынок оборудования для заведений общественного питания

В зависимости от места использования, оборудование для предприятий общественного питания можно разбить на следующие подгруппы:

...

² http://ru.wikipedia.org/wiki/Пищевая_промышленность



Смежные рынки

В качестве смежного рынка для исследуемого выступает рынок заведений общественного питания в формате фаст-фуд (quick service restaurants).

Сегмент quick service restaurants (fast-food)

...

1.5. Резюме по разделу

...



2. Структура Рынка

3.1. Сегментация Рынка по видам услуг

Современный рынок общественного питания представлен следующей классификацией предприятий:

1. Мультиформатные ресторанные дома (restaurant houses)

Данные холдинговые структуры развивают различные направления и форматы общественного питания параллельно: от ресторанов и фаст-фудов до социального питания и кейтеринга. ...

2. Кейтеринговые компании (event catering)

...

3. Предприятия корпоративного кейтеринга и управления непрофильными активами (caterers and purchases)

Многие из крупных игроков профессионального корпоративного кейтеринга предоставляют услугу общественного питания организованным коллективам наряду со многими другими услугами управления и обслуживания непрофильных активов различных крупных компаний.

...

4. Независимые (одиночные) предприятия общественного питания, в том числе семейного формата (independent)

Данные предприятия являются субъектами малого бизнеса. Численность работников – от 3 до 20-30. ...

5. Сети ресторанов быстрого питания (fast food/ quick service restaurants)

Сети быстрого питания представленным транснациональными корпорациями (такими как Subway, Mc Donald's, KFC) и отечественными игроками («Теремок», «Рубль», «Рикша и Ван», «Пышка», «Му-Му», «Русский стол», «Крошка Картошка», другие). ...



6. Сети ресторанов демократичного формата (casual)

Сети ресторанов демократичного формата представлены сетями ресторанов, кофеен, суши-баров, пиццерий, стейк-хаусов, фиш-хаусов, пабов и другими форматами со средним чеком до 1000-1500 рублей.

Многие эксперты выделяют в качестве самостоятельного сегмента т.н. **демократичные рестораны быстрого обслуживания (quick&casual / fast casual)** ...

Рестораны сегмента **casual** предлагают полное обслуживание, но в отличие от премиальных ресторанов их кухня менее изысканна и уникальна, интерьеры более демократичны. ..

7. Сети ресторанов премиального и привилегированного сегмента (fine dining and luxury)

...

Данный сегмент общественного питания в наибольшей степени пострадал в кризис 2009-2010 гг. В России насчитывается около 3000 подобных заведений. Доля сегмента – менее 1%.

8. Предприятия социального питания (institutional catering)

...

9. Подразделения общественного питания при сетях продуктового ретейла (retail food service)

...

10. Предприятия уличного питания (street food)

...

11. Предприятия питания на транспорте (sky catering ad train catering)

...



12. Предприятия питания при непрофильных коммерческих структурах (central kitchens)

...

13. Предприятия питания в отелях (hotel restaurants and room service)

...

14. Предприятия питания в санаторно-курортных учреждениях (medical catering)

...

15. Предприятия придорожного питания (highway cafes)

...%.

16. Предприятия по выпуску готовой еды (ready meals production)

...

Таблица 2. Доли различных сегментов в совокупном обороте общественного питания, %

...

На рынке общественного питания также существует **классификация заведений по форме обслуживания клиентов**: free flow, buffet (шведский стол), food court, catering и другие.

Также предприятия общественного питания можно классифицировать по **специализации/концепции заведения**:

- Кофейни;
- Пиццерии;
- Пивные рестораны и пабы;
- Блинные рестораны;
- Суши-бары;
- другие.



По **количеству заведений, работающих под одним брендом**, выделяют сетевые и несетевые заведения. Далее под сетевыми заведениями следует понимать более трех заведений, работающих под одним брендом.



3.2. Ценовая сегментация на Рынке

Ценовая политика заведения зависит от нескольких факторов:

- Типа заведения (ресторан, бар, фаст-фуд, кафе, столовая и так далее);
- Уровня обслуживания;
- Места расположения;
- Других факторов.

...

3.3. Сезонность на Рынке

Сезонность присутствует во всех сегментах исследуемого Рынка, как характерная особенность всего рынка общественного питания. ...

3.4. Резюме по разделу



3. Основные количественные характеристики Рынка

3.1. Casual Dining

Согласно исследованию Euromonitor в период с 2002 г. по 2007 г. расходы населения на ресторанное обслуживание выросли в 6 раз и достигли \$155 на душу населения в 2007 г. Отношение к питанию вне дома в большинстве случаев положительное, что вызвано позитивной динамикой доходов и ограниченным свободным временем. ...

Таблица 3. Количество full-service ресторанов в России в 2003-2008 гг., шт.

Таблица 4. Объем рынка full-service ресторанов в России в 2003-2008 гг., млн руб.

Диаграмма 2. Рост количества демократичных ресторанов в 2003-2008 гг., шт., и их доля в общем количестве full-service ресторанов, %

...

3.2. Сегмент Quick&Casual / Fast Casual

В 2009 году, на фоне спада в индустрии общепита в целом, наблюдался 10-15%-ный рост операционной прибыли игроков сегмента quick&casual / fast&casual («Грабли», «Елки-Палки», «Му-Му»). Данное обстоятельство было связано с внедрением программ ресурсосбережения, сокращения издержек. Хедлайнеры рынка (например, «Му-Му») воспользовались ситуацией на рынке коммерческой аренды и открыли новые точки в Москве, Санкт-Петербурге и других городах России.³

Объем сегмента quick&casual / fast&casual рынка общественного питания в 2009 году составил ...

³ <http://www.magnatcorp.ru/articles/industry/>



3.4. Резюме по разделу

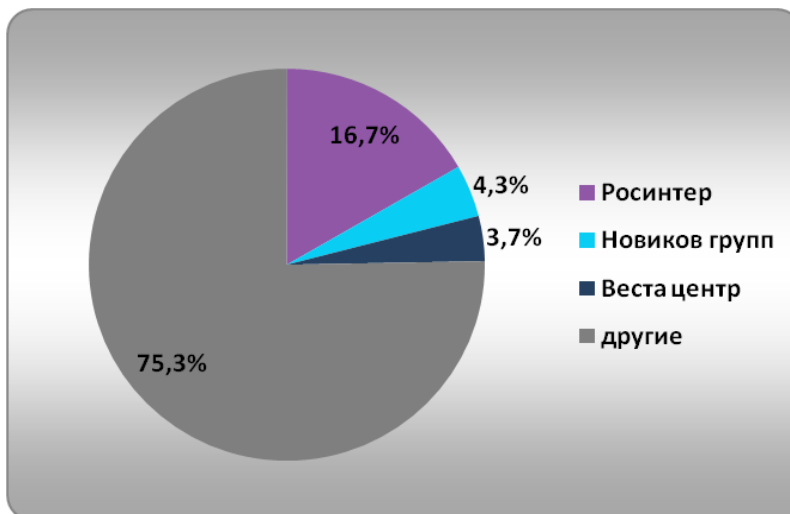
4. Конкурентный анализ Рынка

4.1. Конкуренция на Рынке

Основным игроком в сегменте casual является компания «Росинтер Ресторантс Холдинг», которая вместе с Ростикс-KFC входит в холдинг Rostik's International Inc. Доля «Росинтер Ресторантс Холдинг» на российском рынке casual dining (включая сегмент fast casual) в 2009 г. в натуральном выражении составила 16,7% против 14,6% годом ранее.⁴

...

Диаграмма 3. Доли крупнейших игроков сегментов casual dining и fast casual в 2009 г.,%



Источник: данные компаний «Велес Капитал», «Росинтер Ресторантс Холдинг»

Диаграмма 4. Доли крупнейших игроков сегмента casual dining г.Москвы в 2006-2008 гг.,%

Источник: данные компании «Велес Капитал»

⁴ По данным компании «Велес Капитал»



Крупнейшими сетями **российского сегмента Casual Dining** являются:

- IL Patio;
- «Планета суши»;
- ...

Крупнейшими сетями **российского сегмента Fast Casual** являются:

- «Сбарро»;
- «Вилка-Ложка» и «Печки-Лавочки»;
- ...

Крупнейшими сетями **российского рынка кофеен** являются:

- «Кофе Хаус»;
- ...

4.2. Описание профилей крупнейших игроков на Рынке

Сегмент Casual Dining

«Росинтер Ресторантс Холдинг»

<http://www.rosinter.ru/>

Управляющая компания - «Росинтер Ресторантс Холдинг» («Росинтер») – лидирующая компания в сегменте сетевых семейных ресторанов на рынке России и СНГ. Акции компании торгуются на фондовых биржах РТС и ММВБ. Выручка компании в 2009 г. составила 8342 млн руб., общее количество сотрудников – 8050. Общее количество ресторанов – 353.

Направления и бренды компании

Среди основных брендов холдинга можно выделить следующие:

- IL Patio;



- «Планета суши» ;
- TGI Friday's;
- «Сибирская Корона»;
- 1-2-3 кафе;
- Costa Coffee;
- И другие.

IL Patio - сеть семейных ресторанов итальянской кухни, каждый из которых представляет один из городов Италии. Первый ресторан IL Patio (с первым названием «Патио Пицца» был открыт в 1993 году), ребрендинг сети был осуществлен в 2005 году.

Первый ресторан сети «Планета Суши» был открыт в Москве в 1999 году.

T.G.I. Friday's - это международная сеть ресторанов американской кухни, предлагающая блюда и напитки в американских традициях. Первый ресторан T.G.I. Friday's в России был открыт в Москве в 1997 году.

Сеть ресторанов «Сибирская Корона» развивается по лицензионному соглашению с компанией Sun InBev, производящей одноименное пиво. Визитной карточкой ресторанов, оформленных в стиле английского паба, является большой выбор сортов пива.

«1-2-3 кафе» - сеть ресторанов, где представлена традиционная русская кухня на современный манер. Название сети обыгрывает традиционное деление русского застолья на «первое», «второе» и «третье».

На территории России сеть кофеен Costa Coffee развивает ООО «Брава», созданное в результате соглашения между британской компанией Whitbread и «Росинтер Ресторантс Холдинг». Сеть Costa Coffee входит в пятерку крупнейших международных сетей кофеен.



Формат заведений – coffee shop (out of service) – не предусматривает обслуживание за столиком.

Дополнительные услуги

- Организация корпоративного питания;
- Доставка еды;
- Организация банкетов.

География распространения сети

IL Patio – 139 ресторанов

- Москва и Московская область – 75 ресторанов;
- Барнаул – 1 ресторан;
- Екатеринбург – 3 ресторана;
- Иваново – 1 ресторан;
- Казань -2 ресторана;
- Краснодар – 1 ресторан;
- Красноярск – 2 ресторана;
- Нижний Новгород – 1 ресторан;
- Новокузнецк – 1 ресторан;
- Новосибирск – 4 ресторана;
- Омск – 2 ресторана;
- Пермь – 2 ресторана;
- Ростов-на-Дону – 2 ресторана;
- Самара – 5 ресторанов;
- Санкт-Петербург – 5 ресторанов;
- Сочи – 2 ресторана;
- Ставрополь – 1 ресторан;
- Сургут – 1 ресторан;



- Тольятти – 1 ресторан;
- Тюмень – 1 ресторан;
- Ульяновск – 1 ресторан;
- Белоруссия – 3 ресторана;
- Венгрия – 1 ресторан;
- Казахстан – 8 ресторанов;
- Латвия – 6 ресторанов;
- Украина – 5 ресторанов;
- Чехия – 1 ресторан;
- Эстония – 1 ресторан.

«Планета суши» - 129 ресторанов

- Москва и Московская область – 69 ресторанов;
- Барнаул – 2 ресторана;
- Екатеринбург – 3 ресторана;
- Иваново – 1 ресторан;
- Казань – 3 ресторана;
- Краснодар – 1 ресторан;
- Красноярск – 1 ресторан;
- Нижний Новгород – 1 ресторан;
- Новосибирск – 5 ресторанов;
- Омск – 2 ресторана;
- Пермь – 2 ресторана;
- Ростов-на-Дону – 1 ресторан;
- Самара – 5 ресторанов;
- Санкт-Петербург – 6 ресторанов;
- Сочи – 1 ресторан;
- Ставрополь – 1 ресторан;



- Сургут – 1 ресторан;
- Тольятти – 1 ресторан;
- Тюмень – 2 ресторана;
- Уфа – 1 ресторан;
- Белоруссия – 4 ресторана;
- Венгрия - 1 ресторан;
- Казахстан – 7 ресторанов;
- Латвия – 3 ресторана;
- Польша – 1 ресторан,
- Украина – 1 ресторан;
- Чехия – 2 ресторана;
- Эстония – 1 ресторан.

TGI Friday's – 30 ресторанов

- Москва и Московская область – 13 ресторанов;
- Омск -1 ресторан;
- Самара -1 ресторан;
- Санкт-Петербург -2 ресторана;
- Белоруссия – 1 ресторан;
- Венгрия – 2 ресторана;
- Казахстан – 2 ресторана;
- Латвия – 2 ресторана;
- Польша – 1 ресторан;
- Украина – 2 ресторана;
- Чехия – 3 ресторана.

1-2-3 Кафе – 6 ресторанов

- Москва и Московская область – 5 ресторанов;



- Санкт-Петербург – 1 ресторан.

Costa Coffee – 21 ресторан

- Москва и Московская область – 16 ресторанов;
- Санкт-Петербург – 5 ресторанов.

Сибирская корона – 19 ресторанов

- Барнаул – 3 ресторана;
- Красноярск – 2 ресторана;
- Новокузнецк – 1 ресторан;
- Новосибирск -1 ресторан;
- Омск – 6 ресторанов;
- Пермь -1 ресторан;
- Самара – 1 ресторан;
- Санкт-Петербург – 1 ресторан;
- Сочи – 1 ресторан;
- Тюмень – 2 ресторана;

Места расположения и средняя площадь

IL Patio

Концепция IL Patio – это итальянский семейный ресторан casual dining. Заведения ресторанной сети IL Patio имеются практически в каждом районе Москвы. Средняя площадь – 300 кв. м.

«Планета суши»

Средняя площадь – 300 кв. м. (200 – 350 кв. м). Довольно часто заведения IL Patio и «Планета суши» располагаются в едином комплексе площадью более 600 кв. м.

TGI Friday's



Площадь заведений может составлять 150-350 кв. м.

Все заведения могут располагаться в зданиях торговых и торгово-развлекательных центров и других зданий, однако всегда являются самостоятельными заведениями не входящими в фуд-корт.

Costa Coffee

Площадь кофейни в среднем составляет от 40 до 200 кв. м. Кофейни располагаются в центре городов, а также в торговых и бизнес-центрах.

Планы развития

Стратегическая цель холдинга – усиление лидерства в России и странах СНГ. Пять основных компонентов стратегии холдинга:

- Увеличение присутствия ключевых брендов на уже освоенных рынках и одновременное открытие новых территорий.
- Развитие новых брендов и форматов ресторанов.
- Повышение лояльности потребителей и узнаваемости брендов.
- Постоянное увеличение прибыльности и эффективности предприятий за счет оптимизации управления расходами, создания ресторанных комплексов, а также использования системы лицензирования и правильной политики в области управления человеческими ресурсами.
- Развитие бизнеса путем выгодных приобретений ресторанных сетей с хорошим месторасположением объектов

Группа компаний Аркадия Новикова

...

Крупнейшие сети кофеен



...

4.3. Резюме по разделу

Основным игроком в сегменте casual является компания «Росинтер Ресторантс Холдинг», - ее доля на российском рынке casual dining (включая сегмент fast casual) в 2009 г. в натуральном выражении составила 16,7%. Следующим крупным игроком является группа компаний Аркадия Новикова - 4,3% рынка в натуральном выражении. Замыкает тройку лидеров сегмента casual «Веста центр интернейшнл», доля которой в 2009г. составила 3,7%.

...

5. Анализ рынка сбыта

5.1. Влияние кризиса на поведение потребителей

Питание вне дома, не успев войти в привычку у большинства жителей страны, стало едва ли не первой статьей расходов, от которой им пришлось отказаться.

...

5.2. Описание потребительских сегментов

На рынке демократичных ресторанов можно выделить 2 потребительских сегмента:

- B2B-сегмент
- B2C-сегмент

Наиболее популярными услугами для B2B сегмента являются:

- Полная или частичная компенсация обедов компаниями своим сотрудникам;
- Организация корпоративных торжеств;
- Кейтеринг (в особенности, доставка обедов).



...

У потребителей – физических лиц посещение ресторанов связано со следующими целями:

- проведение досуга, организация встреч;
- питание в обеденный перерыв

Диаграмма 5. Наиболее популярные места питания в обеденный перерыв, % от числа опрошенных

...

5.3. Резюме по разделу

В 2009 году наблюдалось дальнейшее сокращение числа посетителей ресторанов демократичного сегмента. В октябре 2009 года доля сокративших расходы на питание вне дома россиян составляла 52%. Значительно сократились расходы компаний на питание своих сотрудников и проведение корпоративных мероприятий.

...

6. Выводы и рекомендации по исследованию

6.1. Основные тенденции Рынка

Перечислим тенденции рынка общественного питания в целом и в исследуемом сегменте данного рынка:

- Ненасыщенность рынка общественного питания, наличие высокого потенциала роста в особенности в сегменте fast food, fast casual и casual dining
- Сокращение оборота общественного питания в 2009 году
- ...



Основные тенденции на конкурентном поле:

- Рост доли сетевого сегмента. Высокая концентрация сетевых игроков характерна для крупных регионов России.
- Тенденция консолидация на рынке.
- ...

Тенденции в потребительском сегменте:

- Сокращение количества посещений и суммы среднего чека в заведениях общественного питания
- ...

6.2. PESTEL-анализ рынка

Данный вид анализа выявляет значимые для развития рынка факторы, а также представляет оценку степени влияния этих факторов на изучаемую отрасль.

Таблица 5. PESTEL-анализ российского рынка демократичных ресторанов

S	Социальные факторы
	<ul style="list-style-type: none">• Ухудшение материального положения населения России (-)• Смещение спроса в сторону более дешевых видов мяса (-)
T	Технологические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ...
E	Экономические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ...
E	Факторы окружающей среды
	<ul style="list-style-type: none">• ...
P	Политические факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ...
L	Правовые факторы
	<ul style="list-style-type: none">• ...



Таки образом, среди **факторов, благоприятствующих** развитию рынка можно отметить следующие:

Среди **проблем**, с которыми сталкиваются игроки Рынка можно отметить:

- ...

6.3. Риски и барьеры Рынка

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ



ПЕРЕЧЕНЬ ТАБЛИЦ И ДИАГРАММ

Диаграмма 6. Динамика ВВП за период 2002-2009 гг. в номинальных ценах, млрд. руб., и темпы роста, %

Диаграмма 7. Уровень инфляции за период 2003-2009 гг.

Диаграмма 8. Динамика среднемесячной номинально начисленной заработной платы, руб.

Диаграмма 9. Динамика реальных располагаемых денежных доходов населения в 2009г., % к соответствующим периодам 2008г.

Диаграмма 10. Динамика численности безработных в 2008-2009 гг., млн. чел.

Диаграмма 11. Динамика оборота розничной торговли в 2008-2009гг., млрд. руб.

Диаграмма 12. Динамика оборота общественного питания в 2001-2009 гг. в стоимостном выражении, млрд. руб.

Таблица 6. Выпуск важнейших видов продукции пищевой промышленности

Диаграмма 13. Динамика российского рынка Fast Food 2003-2009 гг., \$млрд, %

Таблица 7. Доли различных сегментов в совокупном обороте общественного питания, %

Таблица 8. Количество full-service ресторанов в России в 2003-2008 гг., шт.

Таблица 9. Объем рынка full-service ресторанов в России в 2003-2008 гг., млн руб.

Диаграмма 14. Рост количества демократичных ресторанов в 2003-2008 гг., шт., и их доля в общем количестве full-service ресторанов, %

Диаграмма 15. Динамика оборота full-service ресторанов и сегмента демократичных ресторанов в 2003-2009 гг, млн руб., и темпы роста сегмента демократичных ресторанов %

Диаграмма 16. Доли крупнейших игроков сегментов casual dining и fast casual в 2009 г.,%

Диаграмма 17. Доли крупнейших игроков сегмента casual dining г.Москвы в 2006-2008 гг.,%

Таблица 10. География распространения сетей «Вилка-Ложка» и «Печки-Лавочки»

Таблица 11. Сравнительная характеристика крупнейших игроков российского рынка общественного питания в демократичном сегменте

Диаграмма 18. Изменение в расходах семейных бюджетах на общественное питания с начала кризиса, в % от числа опрошенных

Диаграмма 19. Наиболее популярные места питания в обеденный перерыв, % от числа опрошенных



Таблица 12. PEST-анализ российского рынка демократичных ресторанов