



Маркет Аналитика

РЫНОК КОРПОРАТИВНОГО ПИТАНИЯ. МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ И АНАЛИЗ РЫНКА ДЕМО-ВЕРСИЯ

Данное маркетинговое исследование российского рынка корпоративного питания подготовлено компанией «Маркет Аналитика» исключительно в информационных целях. Компания «Маркет Аналитика» не дает гарантии полноты и точности информации. Информация, содержащаяся в исследовании, не должна быть прямо или косвенно истолкована покупателем, как рекомендательная по ведению бизнеса.

Информация, представленная в данном исследовании, была получена из открытых источников, баз данных и собственного информационного архива, а также обработана и проанализирована специалистами компании «Маркет Аналитика» с помощью различных маркетинговых инструментов.

Данное исследование или его часть не может тиражироваться или распространяться третьим лицам без письменного на то разрешения компании «Маркет Аналитика»

Москва, декабрь 2014



СОДЕРЖАНИЕ

II. ХАРАКТЕРИСТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

III. АНАЛИЗ РЫНКА КОРПОРАТИВНОГО ПИТАНИЯ

1. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

- 1.1. Понятие услуги
- 1.2. Показатели социально-экономического развития
- 1.3. Влияющие и смежные рынки
 - Рынок офисной недвижимости
 - Рынок общественного питания
- 1.4. Резюме по разделу

2. СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА КОРПОРАТИВНОГО ПИТАНИЯ

- 2.1. Сегментация Рынка по способу организации питания
- 2.2. Сегментация Рынка по формату
- 2.3. Ценовая сегментация Рынка
- 2.4. Сезонность на Рынке
- 2.5. Резюме по разделу

3. ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

- 3.1. Объем и темпы роста рынка
- 3.2. Емкость Рынка
- 3.3. Резюме по разделу

4. КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА КОРПОРАТИВНОГО ПИТАНИЯ

- 4.1. Уровень конкуренции, параметры конкуренции



4.2. Описание профилей крупнейших игроков Рынка

КорпусГрупп

Sodexho

ОМС

Компасс Групп Рус

UCG

4.3. Резюме по разделу

5. КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ КОРПОРАТИВНОГО ПИТАНИЯ

5.1. Особенности сбытовой политики на Рынке

5.2. Основные каналы продвижения на рынке

5.3. Резюме по разделу

6. АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА КОРПОРАТИВНОГО ПИТАНИЯ

6.1. Описание потребителей на Рынке

6.2. Резюме по разделу

7. ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

7.1. Основные тенденции Рынка

7.2. STEERPLE-анализ рынка

7.3. Факторы, влияющие на развитие рынка

7.4. Перспективы развития рынка

IV. РЕЗЮМЕ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Приложение 1. Способ организации корпоративного питания в зависимости от числа питающихся и площади помещения



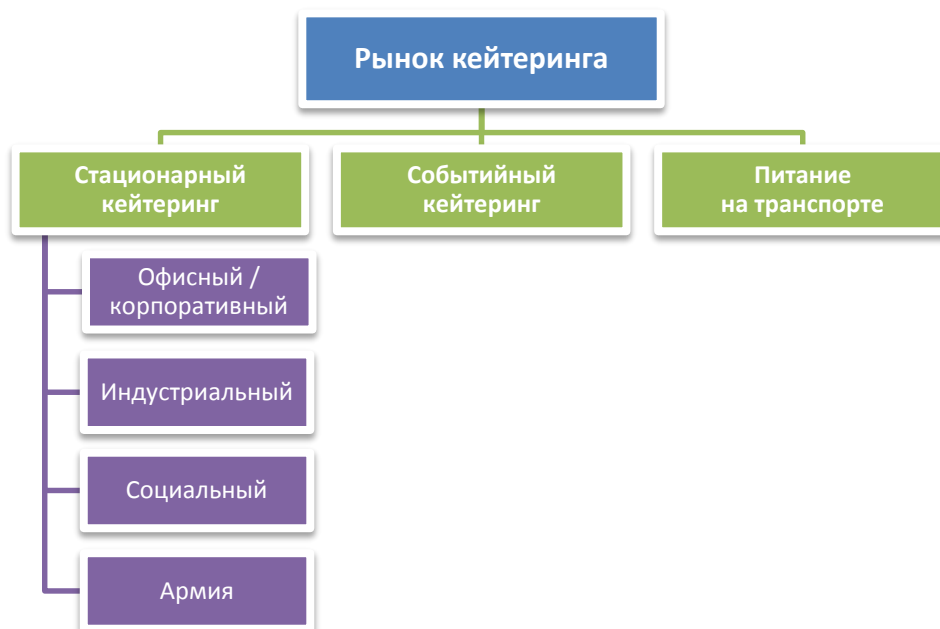
АНАЛИЗ РЫНКА КОРПОРАТИВНОГО ПИТАНИЯ

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РЫНКА

Понятие услуги

Кейтеринг-индустрия – сектор сферы общественного питания, связанный с оказанием услуг на удаленных точках, включающий все предприятия и службы, оказывающие подрядные услуги по организации питания сотрудников компаний и частных лиц в помещении и на выездном обслуживании, а также осуществляющих обслуживание мероприятий различного назначения и розничную продажу готовой кулинарной продукции.

Схема Структура рынка кейтеринга



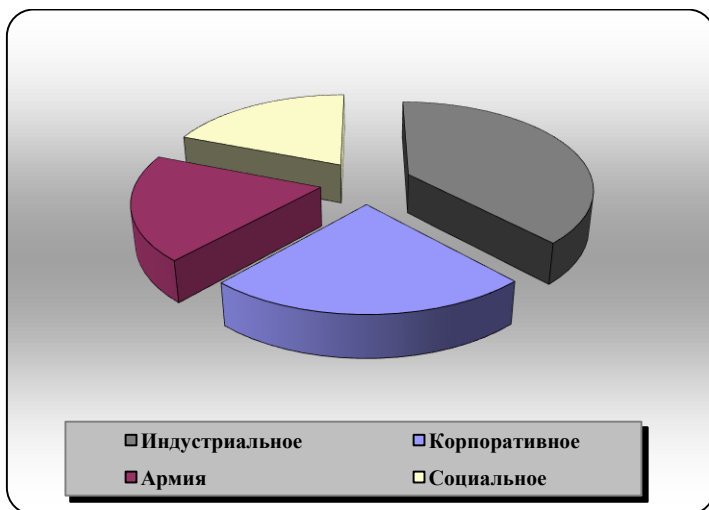
Источник: «Маркет Аналитика»

В рамках данного исследования будут рассмотрены услуги по организации корпоративного питания в офисах. Не редко эксперты объединяют понятия офисного и индустриального питания общим термином – корпоративное питание. По данным экспертов, корпоративное



питание является вторым по объему сегментом российского рынка стационарного кейтеринга, после индустриального питания, с долей около ...%.

Диаграмма Структура рынка стационарного кейтеринга в России, % (в денежном выражении)



Источник:, 2013г.

Влияющие и смежные рынки

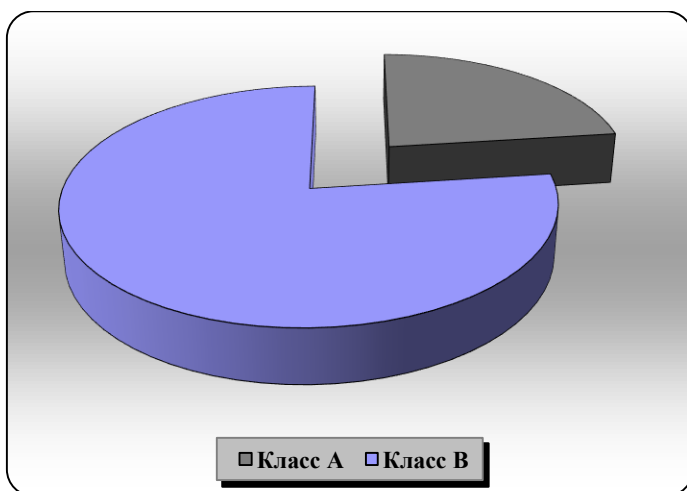
Обзор влияющих и смежных рынков, в рамках исследования рынка корпоративного питания, важен для более полного представления ситуации на рынке. Влияющим для рынка корпоративного питания является рынок торговой недвижимости. В свою очередь смежным рынком можно считать рынок общественного питания.

Рынок офисной недвижимости



По данным компании ... общая площадь качественных офисных помещений в Москве по итогам сентября 2014г. достигла отметки в ... млн.кв.м., из которых ... млн.кв.м. (...%) соответствуют классу «А» и ... млн.кв.м. (...%) классу «В». За 9 мес. 2014г. в Москве было введено более ... млн.кв.м. офисных площадей, что на ...% больше, чем за весь 2013г.

Диаграмма1. Структура предложения на рынке офисных помещений Москвы за 9 мес. 2014г., %



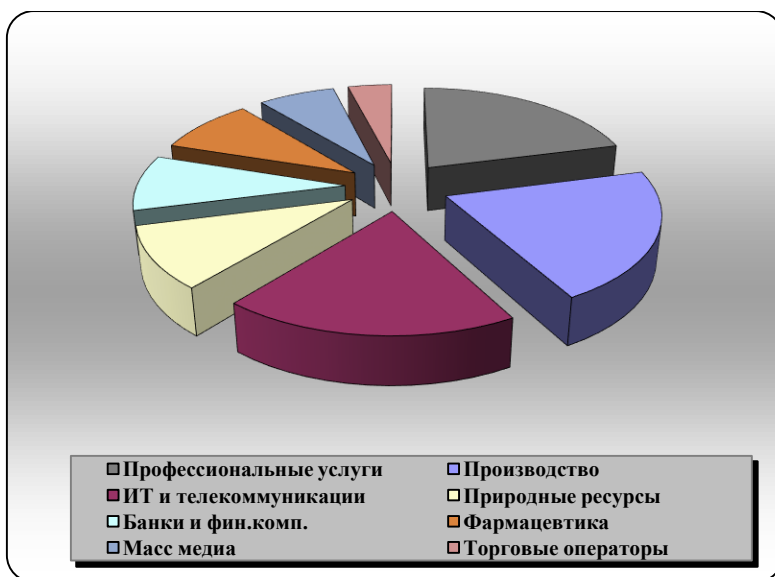
Источник: ..., 2014г.

Основной спрос на офисную недвижимость формировали компании из следующих секторов:

- Профессиональные услуги
- Производство
- ИТ и телекоммуникации



Диаграмма. Распределение поглощения офисных площадей Москвы по секторам экономики за 9 мес. 2014г., %



Источник:, 2014г.

СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА КОРПОРАТИВНОГО ПИТАНИЯ

Сегментация Рынка по способу организации питания

Многие компании, заботясь о питании своих сотрудников, обращаются к услугам кейтеринговых компаний. Существует несколько способов организации корпоративного питания.

Схема. Способы корпоративного организации питания

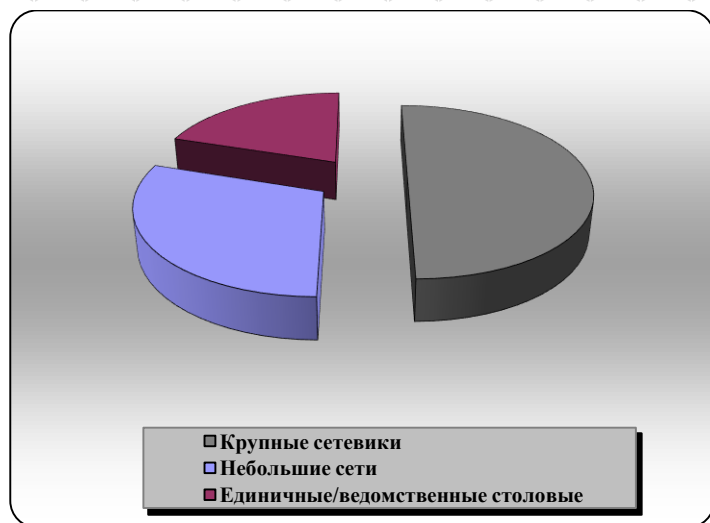


Источник:

Сегментация Рынка по формату

Пункты корпоративного питания (столовые, буфеты) можно сегментировать по следующим основаниям.

Диаграмма. Структура московского рынка корпоративного питания по сетевому признаку, %



Источник:

Сезонность на Рынке

В сегменте корпоративного питания сезонность менее выражена и спрос стабилен на протяжении всего года. Тем не менее, по словам экспертов ... - число заказов в мае, июле, августе и в первой половине сентября может сокращаться до ...%.

ОСНОВНЫЕ КОЛИЧЕСТВЕННЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА

Объем и темпы роста рынка

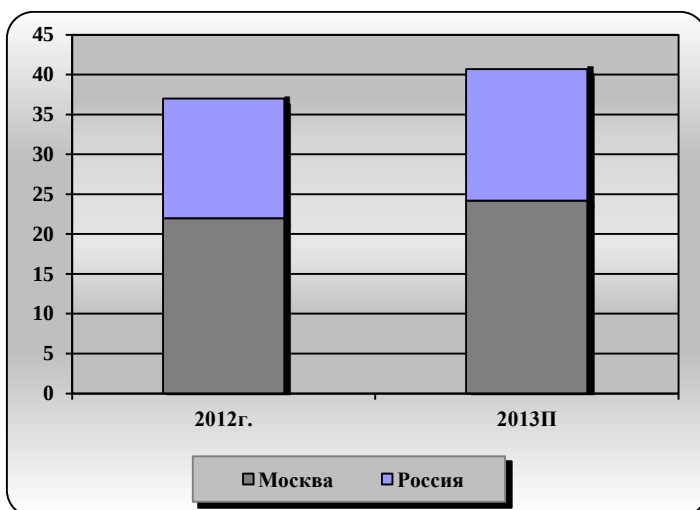
По данным официальной статистики в 2013г. в России насчитывалось ... тыс. общедоступных столовых, а также ... Столовых, находящихся на балансе учебных заведений, организаций и промышленных предприятий.

По оценке участников рынка кейтеринговых услуг, в 2012г. объем российского рынка **корпоративного питания** составил около ... млрд.руб. Как мы отмечали ранее, на долю



Москвы приходится около ...% рынка корпоративного питания, таким образом, московский рынок составил в 2012г. порядка ... млрд.руб.

Диаграмма. Объем рынка корпоративного питания в 2012-2013г.г., млрд.руб.

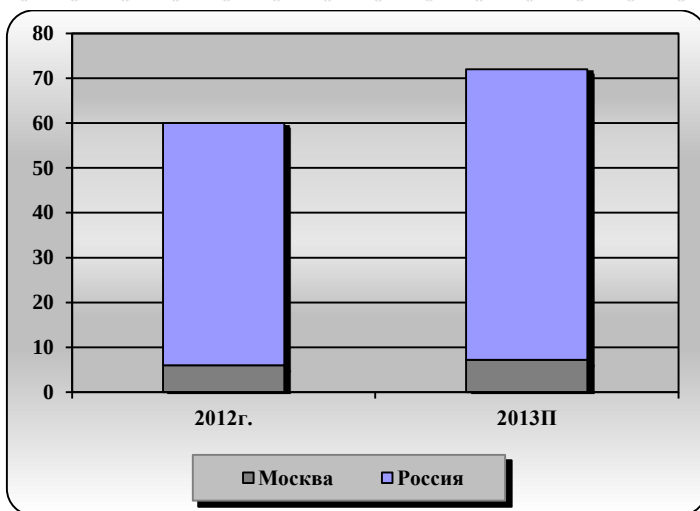


Источник:, 2013г.

По мнению экспертов, сегмент корпоративного питания прибавляет по ...% в год, следовательно, по итогам 2013г. объем российского рынка мог увеличиться до ... млрд. рублей, из которых ... млрд.руб. приходятся на Москву.

Что касается сегмента индустриального питания, то участники рынка оценивали данный сегмент в 2012г. в ... млрд.руб. Сегмент индустриального питания развивается более динамично, и по некоторым оценкам темпы его роста в 2013г. могли составить около ...%.

Диаграмма. Объем рынка индустриального питания в 2012-2013г.г., млрд.руб.

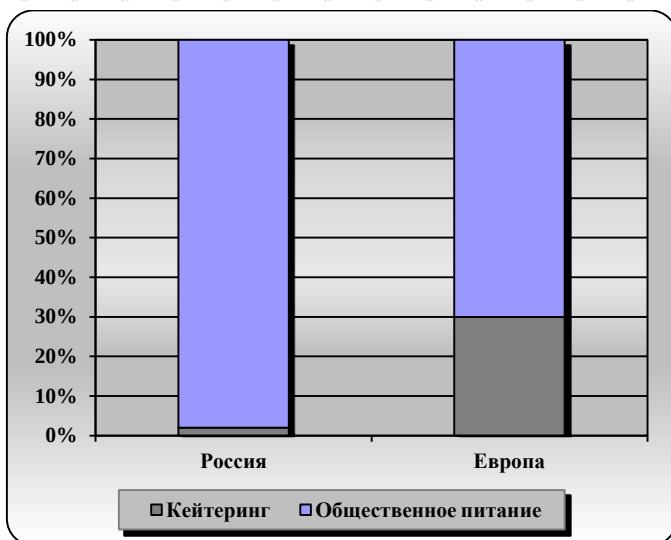


Источник: , 2013г.

Емкость Рынка

В европейских странах, на долю кейтеринга приходится около ... % рынка питания «вне дома», тогда как в России этот показатель варьируется в диапазоне от ... до ...%.

Диаграмма. Доля кейтеринга на рынке общественного питания России и европейских стран, %



Источник:

Емкость российского корпоративного питания составляет около ... млрд. долл. в год.

Степень насыщения Рынка корпоративного питания можно проследить по обеспеченности столовыми в Москве и регионах России. Так, например, обеспеченность работающих в офисах и предприятиях москвичей столовыми оценивается в ...%, обеспеченность столовыми в регионах России – не более ...%.

КОНКУРЕНТНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА КОРПОРАТИВНОГО ПИТАНИЯ

Уровень конкуренции, параметры конкуренции

По мнению большинства экспертов, в число лидеров отечественного рынка стационарного кейтеринга входят не более 10 компаний. Крупнейшими компаниями, работающими в сегменте корпоративного, индустриального и социального питания, являются компании:



Как мы отмечали [ранее](#), около ...% рынка корпоративного питания сосредоточены в Москве, при этом ...% индустриального рынка сосредоточено в регионах. В Москве лидерами являются компании...

Описание профилей крупнейших игроков Рынка

КорпусГрупп

www.corpusgroup.ru

О компании

«КорпусГрупп» - национальная сервисная Компания, работающая на рынке производственно-хозяйственного аутсорсинга с 1991 года. «КорпусГрупп» стала одной из первых в России компаний, выросших до комплексного решения в сфере управления непрофильными активами крупных промышленных предприятий.

География деятельности

Компания «КорпусГрупп» предоставляет полный спектр услуг на всей территории России по стандартам международного уровня. Сегодня подразделения Компании работают в 46 регионах России, а также в ближнем зарубежье.

Ассортимент продукции и услуг

Компания «КорпусГрупп» выступает как Единый Подрядчик, предлагая комплексное решение для крупных промышленных предприятий:

- Индустриальное питание
- Эксплуатацию объектов недвижимости
- Профессиональную уборку помещений и территорий
- Аренда спецодежды
- Прачечную-химчистку
- Обслуживание удаленных объектов



Показатели деятельности

Развитая географическая структура позволяет «КорпусГрупп» обслуживать более 350 компаний, промышленных предприятий и удаленных объектов.

Преимущества

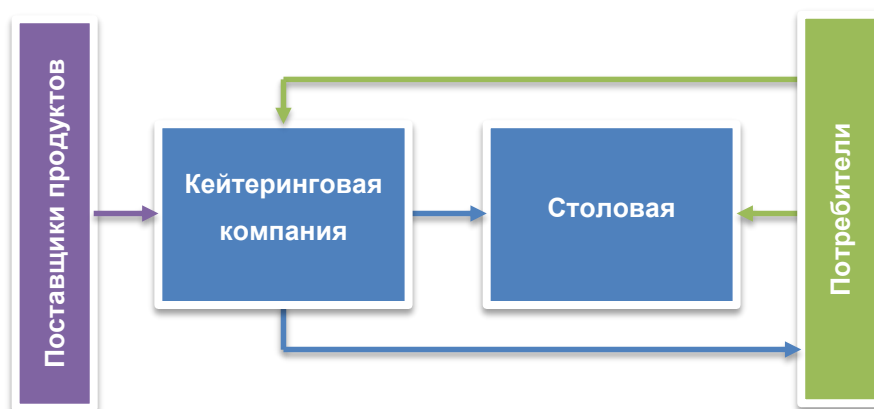
- Обоснованные и прозрачные цены
- Высокий уровень качества услуг
- Возможность модернизации основных средств Клиента
- Клиентоориентированность
- Большой опыт работы

КАНАЛЫ ПРОДАЖ НА РЫНКЕ КОРПОРАТИВНОГО ПИТАНИЯ

Особенности сбытовой политики на Рынке

Организация стационарного кейтерингового бизнеса представлена на Схеме.

Схема. Цепочка движения товара на Рынке





Источник: «Маркет Аналитика»

Одной из составляющих успеха кейтеринговой компании является правильный выбор поставщика продуктов питания. Профессионализм сотрудников и качество сырья являются крайне важными для этого бизнеса, так как набор низкооплачиваемых специалистов в общественном питании ведет примерно к тем же последствиям, что и закупка дешевого сырья: снижение качества готового продукта.

Среди **поставщиков сырья** в сегменте HoReCa можно выделить:

- Группа компаний «Восток-Запад»
ГК«Восток-Запад» является крупнейшим в Восточной Европе поставщиком продуктов питания в сетевые гипермаркеты, кейтеринговые компании, кафе, отели, рестораны и многие предприятия отрасли HoReCa.
-
-

АНАЛИЗ КОНЕЧНЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ РЫНКА КОРПОРАТИВНОГО ПИТАНИЯ

Описание потребителей на Рынке

На рынке корпоративного питания можно выделить 2 потребительских сегмента:

- B2B-сегмент (бизнес-центры, учреждения)
- B2C-сегмент (конечные потребители)

B2B-сегмент

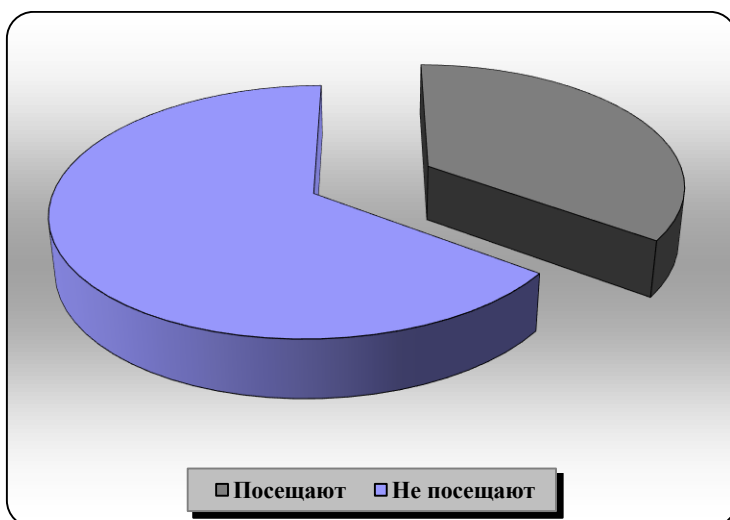


Современные компании с целью привлечения квалифицированных кадров считают необходимым обеспечить персонал питанием в рабочее время. Организация питания во многих компаниях является составной частью социального пакета для сотрудника. В зависимости от типа заказчика, кейтеринговые компании предлагают различные решения в области организации питания.

В2С-сегмент

Целевой аудиторией рынка корпоративного питания являются сотрудники офисов, расположенных в деловом центре. По некоторым данным, услугами корпоративных столовых пользуются ...% от числа работающих в бизнес-центре. В отдельных случаях число посетителей столовых может быть и больше, что зависит от ценовой политики, ассортимента, удобства пользования и др.

Диаграмма. Доля посетителей столовых в бизнес-центрах, %

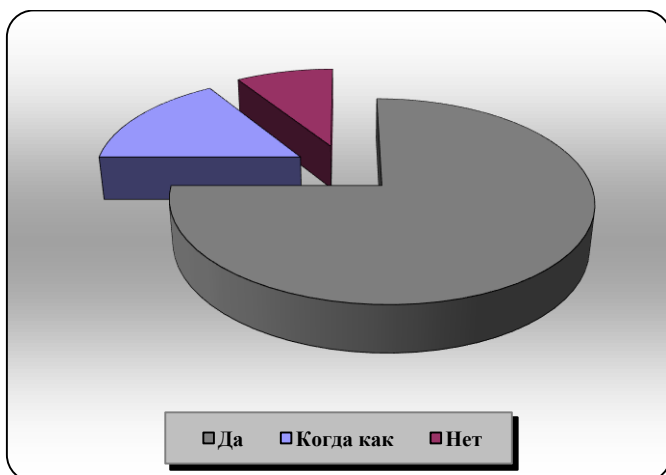


Источник:

Согласно опросу, проведенному службой исследований компании HeadHunter среди посетителей сайта hh.ru, более ...% сотрудников хотя бы иногда, но обедают на работе, из них ...% делают это постоянно.



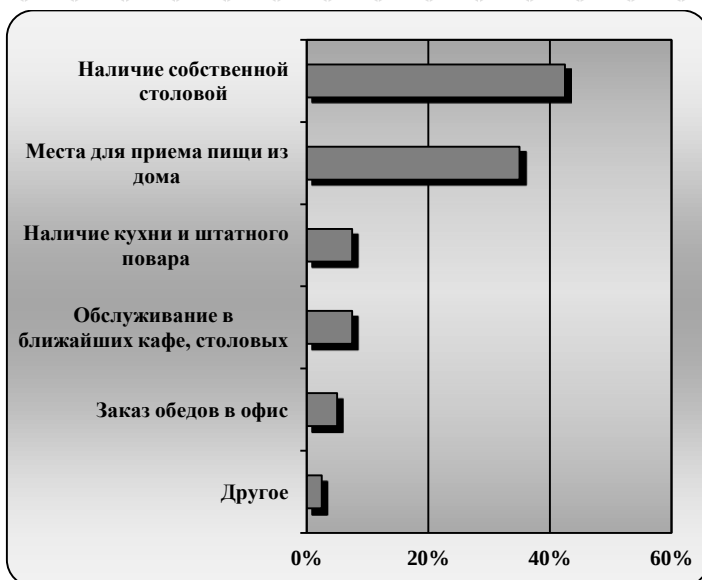
Диаграмма. Доля сотрудников, обедающих на работе, %



Источник:

Из числа тех, кто отметил наличие организованного питания в компании, обедают в столовой организации (...%) или же на местах, оборудованных для разогрева пищи, принесенной из дома (...%).

Диаграмма. Способы организации питания в компаниях, %



Источник: 2013г.

ВЫВОДЫ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИССЛЕДОВАНИЮ

Основные тенденции Рынка

- В настоящее время рынок испытывает на себе последствия спада, вызванного экономическим кризисом в стране. Компании сокращают штат сотрудников, наполняемость БЦ сокращается (особенно класса «А»), ухудшились финансовые возможности людей, и они начинают экономить на обедах.
-



STEEPLE-анализ рынка

STEEPLE-анализ - маркетинговый инструмент, предназначенный для выявления социальных (Social), технологических (Technological), экономических (Economic), политических (Political), правовых (legal) аспектов внешней среды которые могут повлиять на стратегию компании. Каждый фактор имеет знак (-) или (+) – в зависимости от качества влияния его на рынок. Данный вид анализа выявляет значимые для развития рынка факторы, а также представляет оценку степени влияния этих факторов на изучаемую отрасль.

S	Социальные факторы
	• В целом невысокий уровень жизни населения (-) • Многие потребители начинают экономить на обедах. (-) •
T	Технологические факторы
	• Использование Интернет-технологий и других информационных ресурсов для продвижения на рынке (+) •
E	Экономические факторы
	• Экономический спад, а также санкции в отношении России со стороны западных стран, заморозят инвестиционные проекты в России. Также многие потребители услуг корпоративного питания будут вынуждены сократить штат или вовсе уйти с рынка (-) •
P	Политические факторы
	• Минздрав предлагает развивать крупносерийное промышленное производство готовых блюд и полуфабрикатов для обеспечения питанием организованных коллективов. Соответствующий пункт включен в проект программы по совершенствованию госполитики в области здорового питания до 2020 года. (+) •
L	Правовые факторы
	• Развитие кейтеринга в России сдерживается особенностями российского налогообложения. Если в европейских странах компаниям выгодно дотировать питание сотрудников, то в России эта сумма рассматривается как часть зарплаты и облагается всеми соответствующими налогами (ЕСН и НДФЛ). (-)

Источник: «Маркет Аналитика»



Таким образом, влияние данных факторов в значительной степени определяет интенсивность развития рынка. При этом, как очевидно из таблицы, на рынке преобладают негативные факторы. Несмотря на все сложности, рынок корпоративного питания имеет хорошие перспективы для развития в РФ.

Факторы, влияющие на развитие рынка

На рынок корпоративного питания оказывают влияние следующие **факторы**:

- **Экономический кризис в стране**

В кризис операторы столкнулись с уменьшением прибыльности существующих проектов. Количество арендуемых площадей в бизнес-центрах уменьшилось, а операторы ощутили снижение количества питающихся

-

Перспективы развития рынка

К основным **тенденциям** Рынка можно отнести:

- Рынок корпоративного питания сосредоточен в Москве, поэтому те, кто имеет здесь хорошие объемы, имеет и потенциально сильные позиции на федеральном уровне.

-