

Quick-Service Restaurant Market OVERVIEW | ОТЧЕТ

Рынок ресторанов быстрого обслуживания



2024

803 МЛН \$

Оборот ОП в Минске за 2023 год

1,71 МЛРД \$

Оборот ОП в Беларуси за 2023 год

4 100

Число объектов ОП в Минске

15 700

Число объектов ОП в Беларуси

183 000

Число мест в ОП в Минске

778 000

Число мест в ОП в Беларуси

4,9 %

Доля ресторанов быстрого обслуживания в Минске

2,3 %

Доля ресторанов быстрого обслуживания в Беларуси

1996 ГОД

Появление первого игрока рынка ресторанов быстрого обслуживания (сеть ресторанов McDonalds)

2015 ГОД

Массовый приход международных сетей (франшиз) ресторанов быстрого обслуживания (KFC, Burger King, Domino's Pizza, Papa John's Pizza, Sbarro)

967

Число ресторанов быстрого обслуживания (основные объекты)

36 000

Число мест в ресторанах быстрого обслуживания (по основным объектам)

ТИПОВОЙ ОБЪЕКТ

Шаурма-кафе в виде «точки на вынос» с 9 местами, представленная единичными объектами без принадлежности к какой-либо франшизе. Объект обычно расположен на крупной магистрали города.

Коротко о рынке



Определения	5
Методология	6
Макроэкономика	7
История	12
QSR-рынок	16
Факторы спроса	25
Минск vs Регионы	28
Международное сравнение	33
Тренды	36
Дата-анализ / Визуализация	38
О Компании	40

ЧТО ТАКОЕ РЕСТОРАНЫ БЫСТРОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ?



Определение и ключевые характеристики для Беларуси

Рестораны быстрого обслуживания - предприятие общественного питания, реализующее узкий ассортимент блюд, изделий, напитков несложного изготовления, как правило, из полуфабрикатов высокой степени готовности, и обеспечивающее минимальные затраты времени на обслуживание потребителей.

Fast-food – питание с минимальным временем употребления и приготовления пищи, с упрощёнными или упразднёнными столовыми приборами или вне стола. Ярким представителем является Макдональдс, Бургеркинг.

Casual-food – питание с более быстрым обслуживанием по приготовлению в сравнении с рестораном, как правило готовится при посетителях (или уже приготовлено) в специальных открытых кухнях на специальном оборудовании, при этом посетители получают относительно здоровую еду, но также могут значительно сэкономить время потребления. Ярким представителем является рестораны Лидо.

Сеть – несколько (от 2) ресторанов, работающих под единым брендом, с единым меню в рамках одной территории, придерживающиеся единых технологических стандартов и стандартов обслуживания.

Франчайзинг – вид отношений между игроками рынка, когда одна сторона (франчайзер) передает другой стороне (франчайзи) права на определенную деятельность, используя разработанную бизнес-модель, бренд, технологии и прочее за определенную плату.

Кафе – объект общественного питания, в котором сотрудники готовят еду, посетители могут употребить ее и провести некоторое время. В таком объекте есть кассовая зона, зона выдачи, кухня, в некоторых случаях барная зона, а также официанты (не во всех случаях) и место приема пищи посетителями.

Пиццерия - это заведение общественного питания, которое специализируется на приготовлении пиццы. Ярким представителем является сеть пиццерий Domino's

Фудкорт – Ресторанный дворик, или место с несколькими кафе различной направленности, посадочные места распределены по всей зоне. Обычно расположены такие объекты в ТРЦ, объектах с высокой интенсивностью потоков людей.

Принцип «Take-away» - принцип при котором посетитель практически не имеет возможности проводить время, принимая пищу в самом объекте общественного питания. Наибольшую площадь такого объекта занимает кухня и помещения для ее обслуживания.



Методология и подход

подход

В основе подхода лежит систематизация, аналитика открытых данных о рынке QSR в Беларуси с выявлением базовых критериев и параметров становления и его развития в прошлом и текущих условиях, а также отображения текущей ситуации.

Понимая, что Минск является центром деловой, экономической жизни страны основной фокус был сделан на этот рынок, ровно как и выборка объектов для исследования была реализована исходя из принципа оптимального охвата (не все объекты вошли в рамки исследования).

МЕТОДОЛОГИЯ

Методология разработки обзора рынка ресторанов быстрого обслуживания сформирован на базе следующих положений:

- Использование официальных данных объектов общественного питания, аналитические и иные материалы, официальных статистических данных;
- Для подготовки обзора сформирована собственная база данных с количественными (число посадочных мест, число объектов) и качественными параметрами (расположение, тип объекта, кухня и другие);
- Формирование объектов базы данных происходило исходя из принципа оптимального числа представителей в каждом сегменте рынка;
- В рамках обзора учитывались объекты сетей фастфуда, шаурмы, пиццерий, пироговых, суши, а также рестораны самообслуживания готовой еды; но не вошли кофейни и подобные на них объекты, столовые и близкие к этому формату кафе, а также временные (фургоны, киоски и прочее) уличные единичные объекты и сезонные фуд-зоны;
- К Casual food ресторан отнесены некоторые представители этого сегмента современного формата (определение таких объектов формируется экспертным методом);
- География исследования охватывает Минск, областные города (а по некоторым крупным сетевым игрокам другие города).

Исследование не является источником принятия решения по текущей и будущей деятельности игроков на рынке, так как для этих целей необходимо более полное исследование в соответствии с конкретными задачами заказчика.

МАКРОЭКОНОМИКА



ОБЪЕМ РЫНКА

общественного питания

Совокупный оборот общественного питания в 2023 году превысил 1,7 млрд. долл. США, при этом на Минск приходится около половины этого объема. Хотя на протяжении последних 12 лет оборот ОП изменялся в диапазоне 1-1,7 млрд долл. США, однако, показатель среднегодового темпа прироста составил положительное значение (+3,0%). Периоды снижения оборота тесно связано с изменением экономической среды и привязано к кризисным явлениям (последнее такое снижение было в период активной фазы COVID-19).

Оборот ОП в Минске в 2023 году составил 800 млн долл. США и по сравнению с 2022 годом восстановительный рост составил 21,7%, что связано со снижением влияния COVID-ограничений (резкий восстановительный рост с низкой сравнительной базы). На протяжении последних 12 лет оборот ОП развивался не равномерно, но имел схожие тенденции (волны): после экономических потрясений оборот восстанавливается до прежних значений на протяжении 3-4 лет (так наблюдается в 2010-2014 гг., 2015-2019 гг.). Вместе с тем среднегодовой темп прироста за последние 12 лет составил положительное значение +5,5% (темп почти в 1,8 раза выше по сравнению с этим показателем по стране).

В 2023 году наибольшую долю оборота ОП формировали частные игроки, также важное место занимают иностранные. Доля частного сегмента вместе с иностранным поступательно вырастает, что связано с развитием новых форматов и франчайзинга. В свою очередь это отражается и на структуре рынка по размеру компаний: на малые, микро организации вместе с крупными (крупные сети) организации приходится 90% (при приоритетном распределении малых и крупных организаций).

1712 млн USD

Оборот общественного питания в Беларуси

+ 3,0%

Среднегодовой темп прироста за 12 лет в Беларуси

803 млн USD

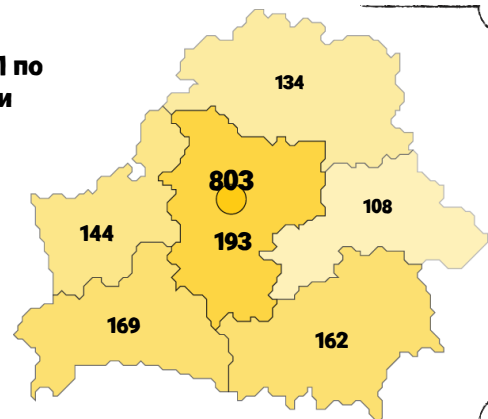
Оборот общественного питания в Минске

+ 5,5%

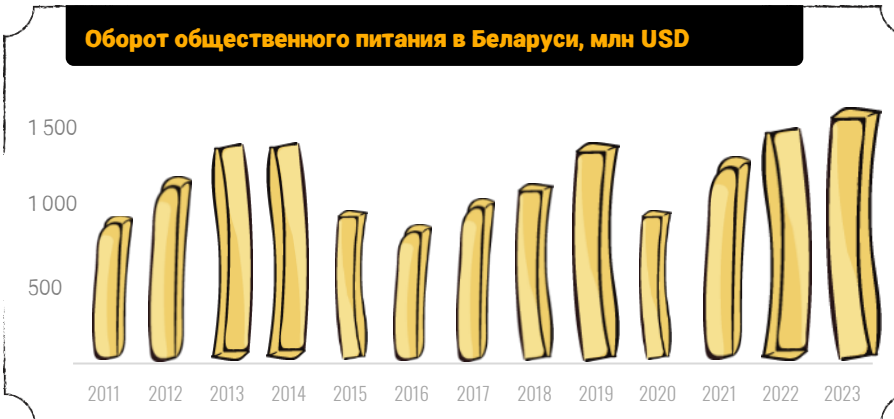
Среднегодовой темп прироста за 12 лет в Минске

Оборот ОП по областям и городу Минску

млн USD



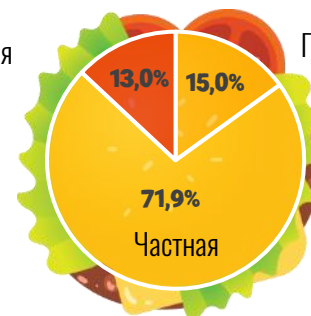
Оборот общественного питания в Беларуси, млн USD



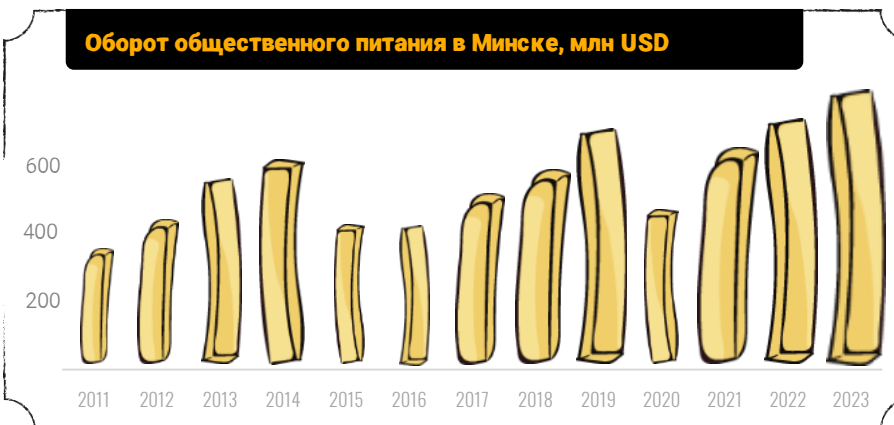
Оборот ОП Минска (форма собственности)

Иностранная

Государственная



Оборот общественного питания в Минске, млн USD



ЧИСЛО ОБЪЕКТОВ

общественного питания

Общее число объектов общественного питания достигла 15 тыс. при этом на Минск приходится 1/4 часть всего числа таких объектов. На протяжении последних 6 лет число объектов возрастала с разной интенсивностью, вместе с тем показатель среднегодового темпа прироста за рассматриваемый период составил (+3,3%). Такой поступательный рост связан в первую очередь с развитием новых форматов общественного питания (небольшие объекты, уличный формат) и трансформации инфраструктуры отрасли (развитие концепций и направлений общественного питания, развитие рынка торговой недвижимости как в Минске, так и в регионах).

Наибольшее число объектов расположено в Минске (около 25% всего числа), что связано в первую очередь со статусом Минска как делового, культурного центра страны. За 6-летний период, начиная с 2017 года – средневзвешенный годовой темп прироста составил около 6,3% (это почти в 2 раза интенсивнее, чем в целом по стране). Прирост в абсолютных значениях превысил 1 000 новых объектов.

При этом прирост в абсолютном значении происходил в основном за счет прироста объектов в Минске (около 50% всего прироста по стране в целом).

Учитывая особенности сферы общественного питания: драйвером развития выступают факторы провоцирующие устойчивый спрос (платежеспособное население, транзитные потоки и высокая плотность населения); развитие инфраструктуры (помещения, персонал и прочее) – за последние 5 лет значительные изменения происходили в части роста доли по Минску и Минской области за счет снижения в основном в Витебской, Гомельской и Могилевской областях. Так, значительный прирост (+5 процентных пункта) показал город Минск по объективным причинам, незначительный прирост показала Минская область (0,2 п.п.) за счет трансформации сферы общественного питания и роста числа объектов. Так, по Минской области происходит развитие общественной и жилой инфраструктуры вне Минска (новые ТРЦ, жилые микрорайоны), по Гродненской области (-0,2 п.п.) складывается ситуация трансформации объектов общественного питания за счет сокращения одних форматов и роста других.

15 734

Объектов общественного питания в Беларуси

+ 3,3% (+2 363)

Среднегодовой темп прироста за 6 лет в Беларуси

4 136

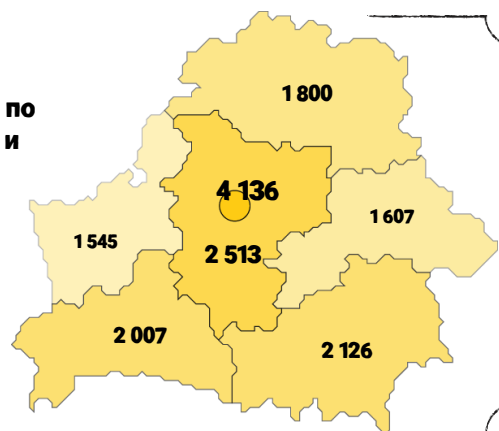
Объектов общественного питания в Минске

+ 6,3% (+1 093)

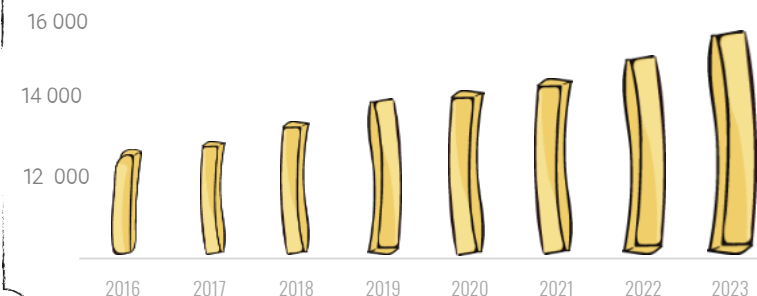
Среднегодовой темп прироста за 6 лет в Минске

Число объектов по областям и городу Минску

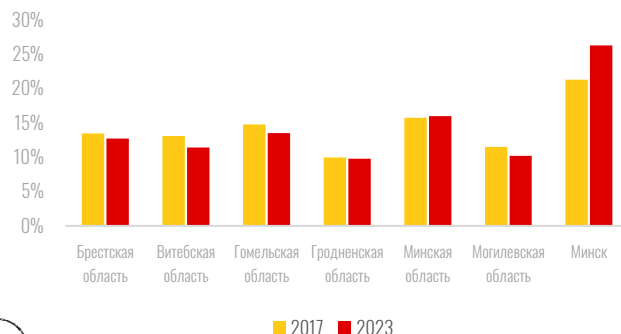
единиц



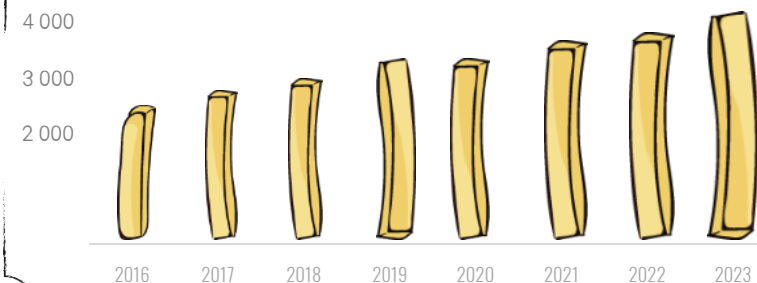
Число объектов ОП в Беларуси, единиц



Изменение географической структуры



Число объектов ОП в Минске, единиц



ЧИСЛО МЕСТ

общественного питания

Общее число мест в 2023 году достигло 778 тыс. при этом: i) среднегодовой темп снижения составил +0,1% ; ii) за 2017-2023 гг. наибольшее значение достигало 787 тыс. посадочных мест; iii) при наблюдаемом «нулевом росте» в целом по стране – в Минске наблюдается постоянный рост на уровне +1,9% (за последние 6 лет число посадочных мест увеличилось почти на 16 500).

Вместе с тем начиная с 2020 года (период COVID-19) снижалось число посадочных мест в целом по стране, однако, число объектов общественного питания не снижалось. Такое явление связано с изменением структуры форматов (в том числе активное развитие небольших стрит-фуд форматов).

Число посадочных мест в Минске в 2023 году превзошло 183 тыс. (темп прироста по сравнению с предыдущим годом составил 2,0%), а с 2018 года число мест увеличилось на 16 500 тыс. (или на 9,9%). За последние 6 лет число посадочных мест постоянно увеличивалось (лишь в 2020 году негативно сработал эффект «локдауна», но уже к 2021 году число посадочных мест вернулось в до COVID19 периоду).

Число посадочных мест за последний 6 лет хоть и увеличивалось, но почти в 3 раза медленней роста числа объектов, что связано с изменением открытия форматов ОП (интенсивное развитие стрит-фуд, мало вместительных форматов с концепцией «еда на вынос»).

Рост числа объектов ОП не внес значительных изменений в географической структуре посадочных мест: а) Минск снова увеличивает свою долю (+2,6 п.п.) по отношению к другим регионам (это объективный процесс развития ОП для региона с более высоким платежеспособным спросом); б) Гомельская, Гродненская, Витебская и Могилевская области потеряли до 1,4 процентного пункта каждый за счет снижения числа объектов ОП, а также постепенного перехода этих рынков на уличные форматы; в) интенсивное развитие Минского региона (Минский район и некоторые смежные к нему территории) провоцирует развития ОП – что отражается на структуре (сохранение доли); г) Брестская область незначительно сократила свою долю на 0,1 п. п.

778 тыс.

Число мест в объектах общественного питания в Беларуси

+0,1% (+2 702)

Среднегодовой темп изменения за 6 лет в Беларуси

183 тыс

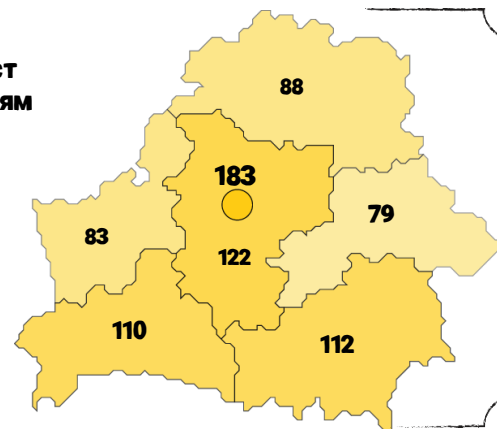
Число посадочных мест общественного питания в Минске

+ 1,9% (+16 568)

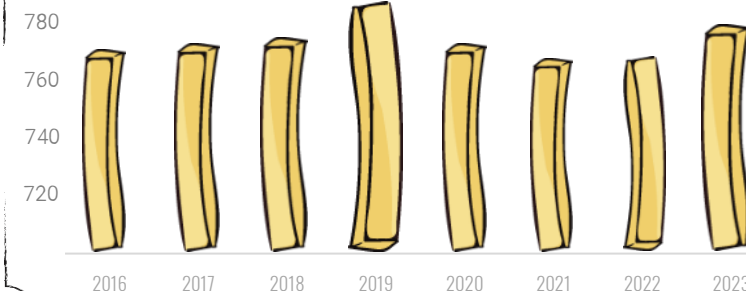
Среднегодовой темп прироста за 6 лет в Минске

Число мест по областям и городу Минску

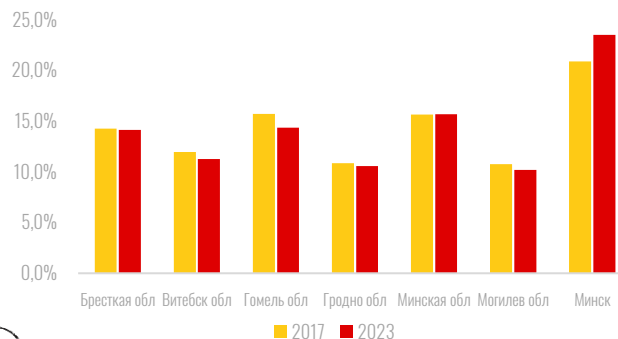
тыс. единиц



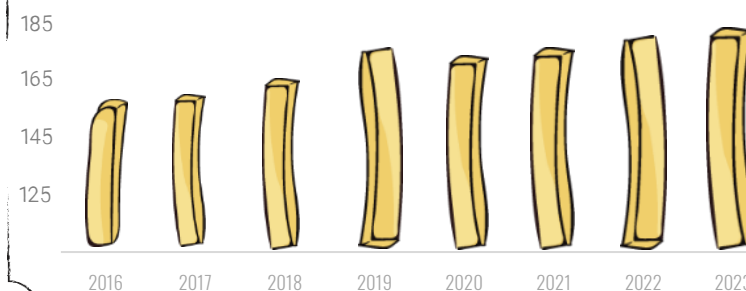
Число мест в ОП в Беларуси, тыс. единиц



Изменение географической структуры



Число мест в ОП в Минске, тыс. единиц



СТРУКТУРА

общественного питания

На начало 2023 года структура ОП по типам объектов сохранила еще характеристику прошлых лет (сформированную еще в конце 90 начале 2000-х).

Так наибольшую долю (около 30%) занимает такой формат как «Столовые», которые включают как стандартные объекты ОП, так и новые форматы типа «Бистро». В структуре значительное место стали занимать «небольшие» форматы (мини-кафе, буфеты и кофейни) – более 30%. Рестораны быстрого питания с 2019 года активно начинают увеличивать свою долю (с 0,7% в 2015 году до 2,3% в 2023 году).

Начиная с 2019 года структура рынка ОП приобрела тенденцию интенсификации изменения форматов: если раньше доминировали «медленные» форматы (кафе с меню и кухней с значительным набором блюд; рестораны с кухнями разных стран мира), то уже с 2015 года число форматов и типов объектов значительно увеличилось, что отразилось и на структуре рынка.

Так, наибольший прирост в структуре получили «небольшие» объекты с быстрым обслуживанием и не такой разнообразной кухней как кафе/рестораны. Наибольшее падение доли показали «столовые» и «закусочные». Так старые форматы были вытеснены новыми и современными.

Рынок ОП Минска является по своей сути пионером, формирующим основные тенденции в стране.

С 2019 года структура рынка ОП претерпела изменения за счет двух разнонаправленных тенденций: сокращение числа объектов старых форматов и интенсивное развитие трендовых. Так, снижение доли «столовых» компенсировалось практически полностью ростом доли «Ресторанов быстрого обслуживания»; а рост доли «Кофеев и буфетов» осуществлялся за счет сокращения доли «Кафе», «Закусочных» и «Баров».

4,9%

Доля ресторанов быстрого обслуживания в Минске

2,3%

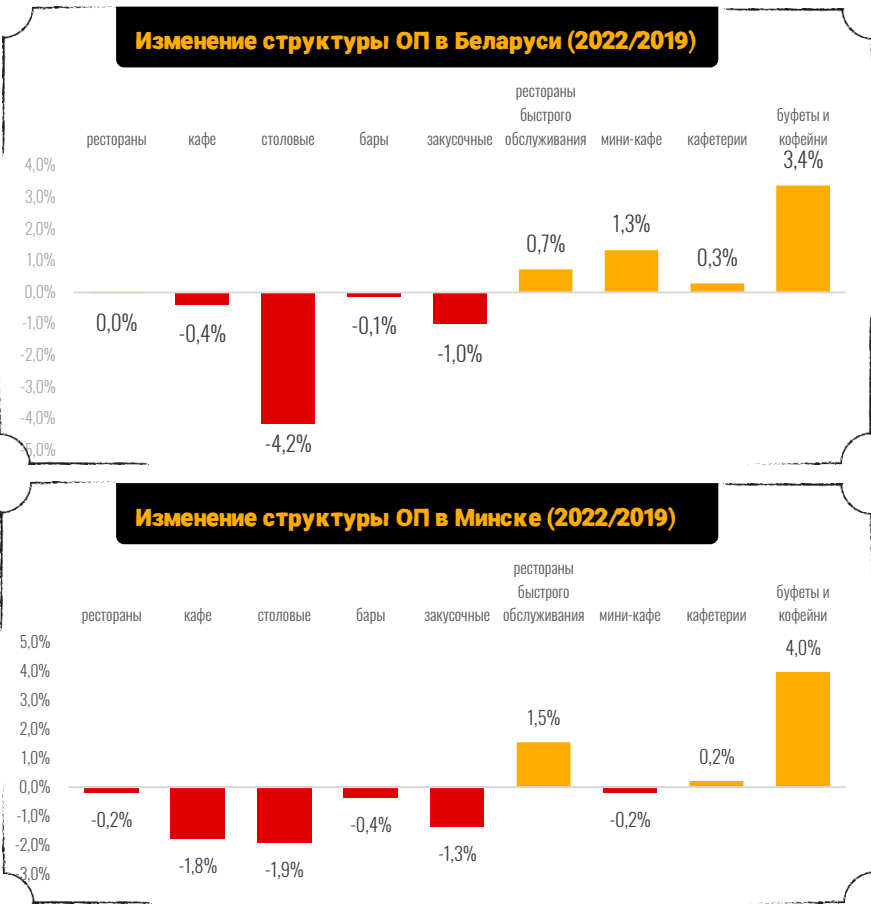
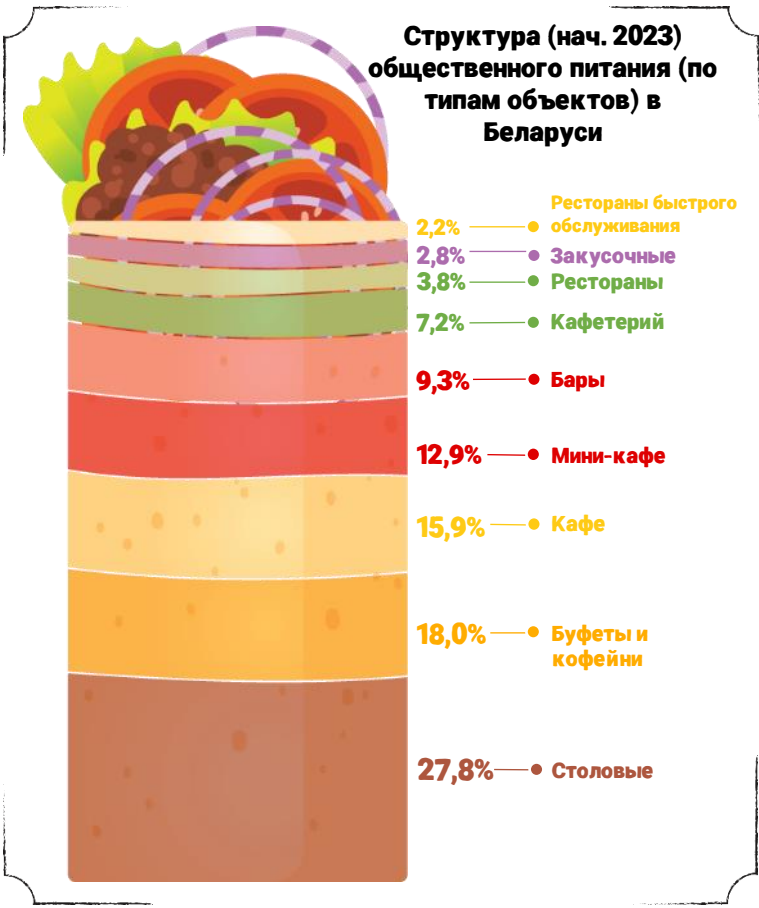
Доля ресторанов быстрого обслуживания по стране в целом

+5,5 п.п.

Прирост форматов быстрого питания в общей структуре ОП Минска с 2019 г.

+5,7 п.п.

Прирост форматов быстрого питания в общей структуре ОП страны с 2019 г.



ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ



Ключевые вехи

ЭРА МАКДОНАЛЬДСА



**1996-
2015**

Почти 20 лет на рынке «монополистом» рынка быстрого обслуживания были рестораны бренда «Макдональдс». При этом если в начале периода число объектов было минимальным, но ближе к 2015 году скорость развития увеличилось в разы.

ИТАЛЬЯНСКИЙ КОЛОРИТ



**2005-
2010**

В начале 2000-х на рынке появляются единичные кафе-пиццерии, при этом такой тип объектов проникает не только в Минске, но и регионах.

Если сначала открывались несетевые пиццерии, с развитием коммерческой недвижимости появились сетевые (локальные сети, франшизы).

ВРЕМЯ ОТКРЫТИЙ



**2015-
2017**

Эффект проведения Чемпионат Мира по Хоккею 2014, а также бурный рост торговой, развлекательной инфраструктуры, присутствие иных игроков рынка ресторанов быстрого обслуживания привели в активному входу на рынок международных франшиз фастфуда (KFC, Burger King, Carl's Junior) и иных форматов общественного питания (пиццерии, пекарни и др).

Ключевые вехи



Золотое время развития фаст-фуд сети в Минске и регионах.

За 3 года рынок значительно прирос объектами международных сетей, происходили «эволюционные» процессы трансформации рынка. Например, квази-бренды заменялись франшизами разного уровня.



COVID19 стал драйвером изменения бизнес-моделей игроков бизнеса общественного питания. Кризисные период в значительной степени предопределил дальнейшее развитие on-demand модели работы и увеличение значения службы и инфраструктуры доставки.

Крупные сети укрепили свои позиции, развили свою собственную службу доставки или же были внедрены в агрегаторы.



С 2022 года рынок общественного питания практически полностью перешел в стадию доминирования объектов быстрой кухни различных типов. Компании этого сегмента стали ключевыми покупателями/арендаторами коммерческой недвижимости, а улицы с интенсивным трафиком стали высоко насыщенными зонами (например, в радиусе 100 метров может быть размещено более 50 объектов международных франшиз, стрит-фуда и прочее.

ТАЙМЛАЙН ОТРАСЛИ

1996

Открытие McDonalds

В Минске были открыты первые три ресторана быстрого обслуживания (McDonalds), и в Беларуси началось "Время McDonalds".

2004

Новый формат в Минске

В Минске открылся новый тип ресторанов быстрого обслуживания (LIDO) - родилось новое направление ресторанов повседневного питания. С 2004 года в первых гипермаркетах Минска было открыто несколько ресторанов.

2013

Первая иностранная франшиза

Первая региональная (Центральная Европа) франчайзинговая сеть была открыта в Минске. Новый конкурент McDonalds пришел из Греции (Goody's) и открыл три ресторана. Открытие фудкорта в ТЦ «Арена-Сити».

2014

Накануне больших открытий

Первая международная сеть ресторанов быстрого обслуживания (Country Chicken) появилась в Минском аквапарке. В регионах и в Минске активно открываются квази-брендовые рестораны быстрого питания. Выход McDonalds на региональный рынок.

2015

Поглощение рынка

Пять международных франшиз появились в Минске с 11 ресторанами в дополнение к 7 новым игрокам рынка QSR. В Минске открылись рестораны KFC и Burger King, а также три сети пиццерий: Sbarro, Domino's Pizza и Papa John's.

2017

Новые игроки

Были открыты рестораны быстрого обслуживания Европейской сети Hesburger и Американской сети Carl's Junior, которых раньше в Беларуси не было.

2018

Стрит-фуд шагает по рынку

Активное развитие сети стрит-фуда (особенно предложение шаурмы)

2019

Активация фастфуд культуры

Открытие ресторанов быстрого обслуживания с открытой кухней, объектов McDrive; создание белорусских сетей быстрого обслуживания; привлечение на рынок Республики Беларусь мировых сетей фастфуд; развитие франчайзинга и расширение сегмента в регионах; развитие объектов быстрого обслуживания в «спальных» районах городов.

2020

COVID-19 :(

Во время пандемии COVID-19 многие заведения ощутили нехватку клиентов и были вынуждены переключиться на доставку. Рынок переключился на новую модель потребления: «по запросу» (on-demand). Доставка товаров потребителю диктует новые требования, появляются новые компании по доставке готовой еды.

2022

Заккрытие McDonalds

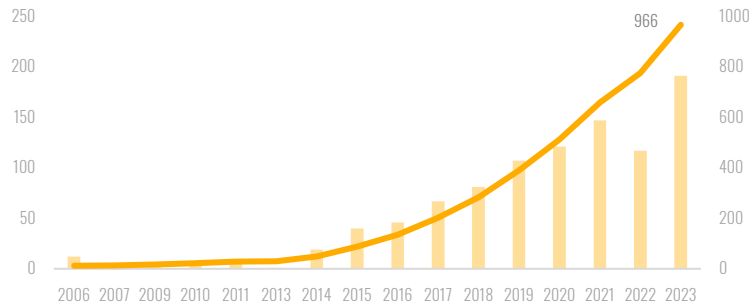
Смена собственника франшизы McDonalds и замена его на квази-брендовую сетью Mak.by.

РЫНОК РЕСТОРАНОВ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ

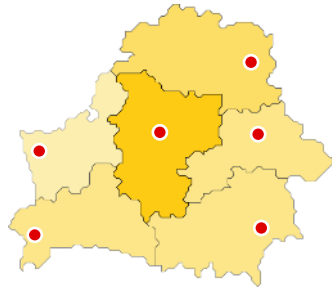


От становления по настоящее время

Число объектов (ежегодный ввод и тенденция роста)

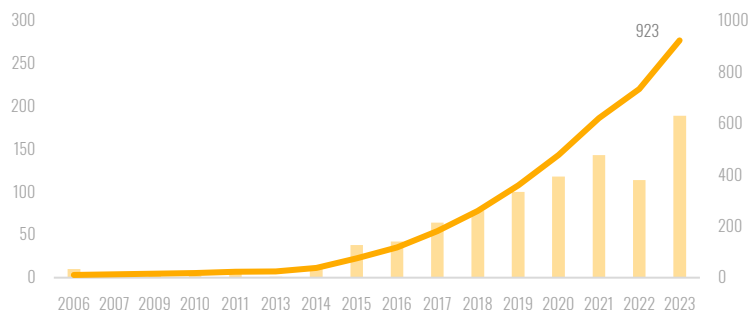


Число объектов в городах

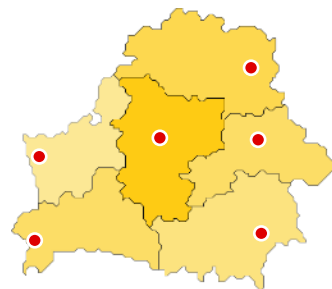


Уже начиная с 2015 года наблюдается значительный ежегодный прирост ресторанов быстрого обслуживания (в среднем на рынке открывалось по 60 объектов – а уже в 2023 году было открыто почти 200). К началу 2024 года их число составило около 1 000 (в соответствии с выше упомянутой методологией и подходом к определению рынка ресторанов быстрого обслуживания).

Число объектов формата «Fast-Food»

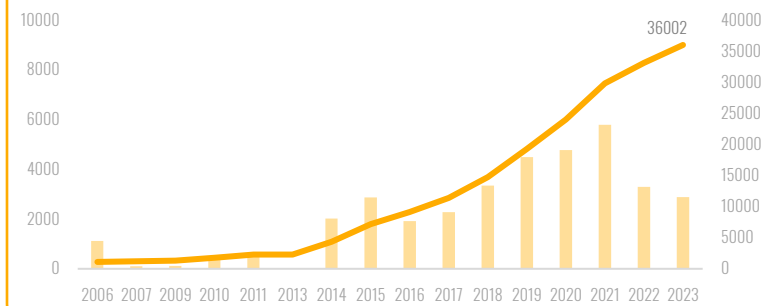


Число объектов в городах

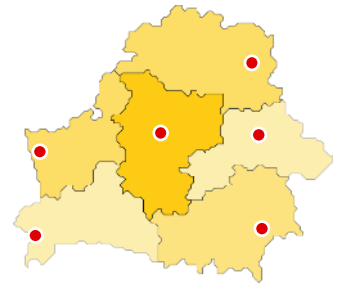


Приход новых игроков, представляющих международные франшизы, а затем и региональные спровоцировал кратный рост объектов классического направления «fast-food». За 8 лет число объектов этого направления выросло в 9 раз, что стало поводом говорить о полноценной трансформации рынка ОП как с точки зрения предложения, так и спроса.

Число посадочных мест (ежегодный ввод и тенденция роста)

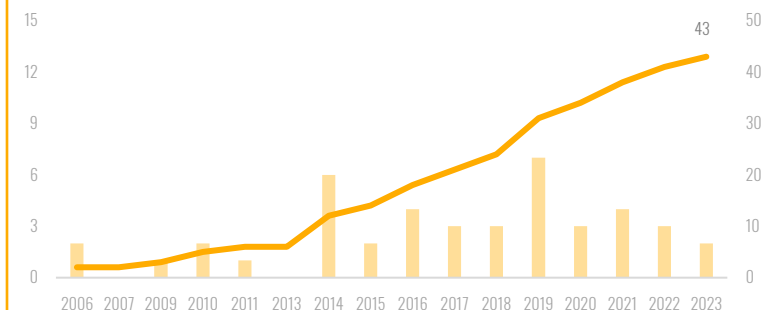


Число посадочных мест в городах

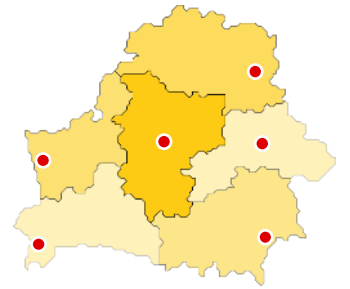


На начало 2024 года число посадочных мест на рынке ресторанов быстрого обслуживания составило почти 36 тыс. и на протяжении 2014-2023 гг. рост посадочных мест увеличивался не равномерно (от 50 до 6 000 посадочных мест). На интенсивность повлияли сроки ввода объектов коммерческой недвижимости, развития современных форматов и практик организации объекта ОП (например, развитие объектов формата «take-a-way»).

Число объектов формата «Casual Food»



Число объектов в городах

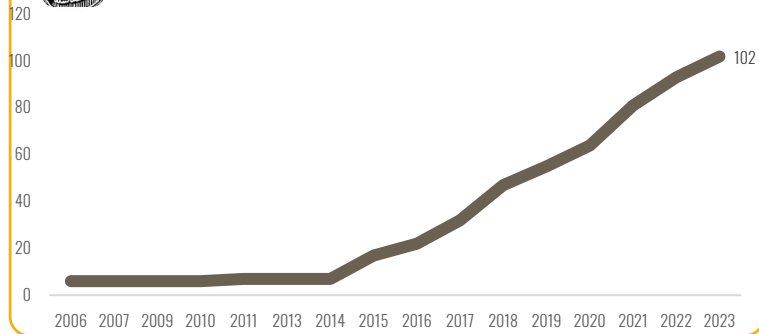


Напротив, такое направление как «Casual food» развивалось, но и масштаб и интенсивность значительно уступали другому направлению: за 8 лет число объектов увеличилось 2,4 раза; в 2014 году было всего чуть более 12 таких объектов; с 2014 года ввод таких объектов перешел в стадию «поступательного роста» (ввод в среднем по 3 объекта в год, при рекордном для этого сегмента – 2019 год 7 объектов).

Кухонная лихорадка



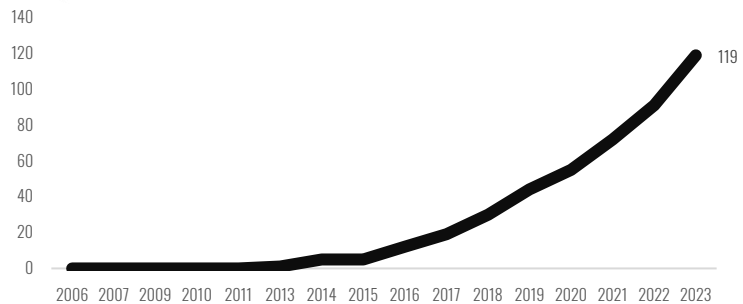
БУРГЕР



За период 2006-2023 число объектов с таким типом кухни выросло в 17 раз. Главной вехой активного роста стал Чемпионат Мира по Хоккею 2014, который привлек внимание конкурентов Макдональдс в страну, спровоцировал изменение потребительского поведения.



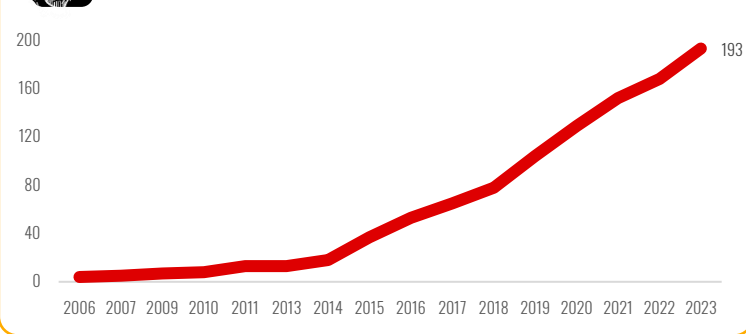
СУШИ



Экзотический до определенного времени сегмент развивался за счет «первооткрывателей». Но с развитием рынка ресторанов быстрого обслуживания и приходом иностранных франшиз, равно как и инфраструктуры значительно увеличило присутствие этого сегмента на рынке.



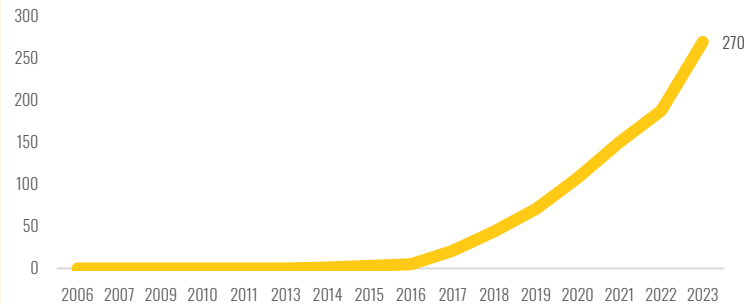
ПИЦЦА



За период 2006-2023 число пиццерий увеличилось почти в 48 раз. Активному росту способствовало развитие коммерческой недвижимости, трансформация трат населения на питание вне дома, знакомое меню (европейская кухня) и устоявшееся восприятие пиццерии как кафе.



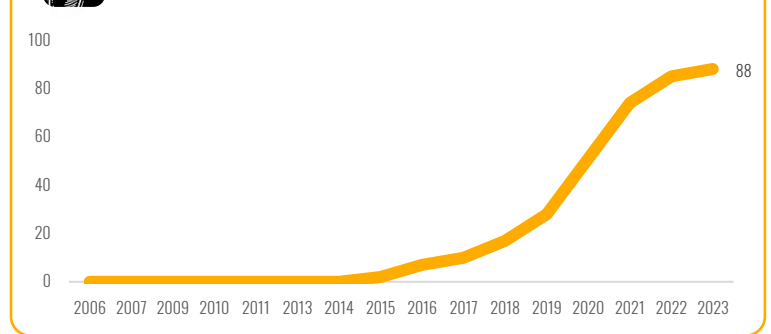
ШАУРМА



С развитием новой культуры потребления (питания вне дома) и изменениями в индустрии питания – все большее значение приобретают небольшие объекты ОП, которые значительно изменили облик города и создали новый сегмент «стрит-фуд». За период 2016-2023 это сегмент увеличился почти в 54 раз.



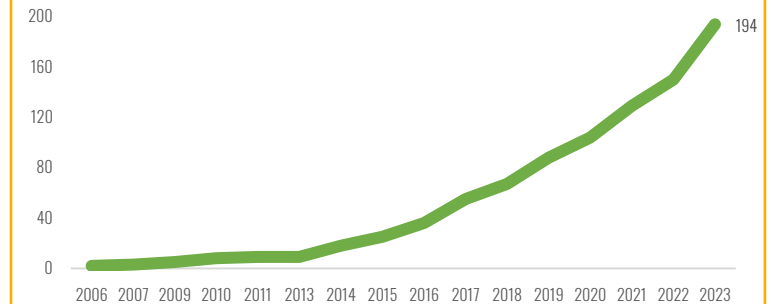
КУРИЦА



Активный приход франшиз в различные сегменты значительно увеличили привлекательность иных направлений (кухни) и на рынке появились игроки этого сегмента – таким ярким игроком стала международная сеть KFC, которая по сути заняла доминирующее место.



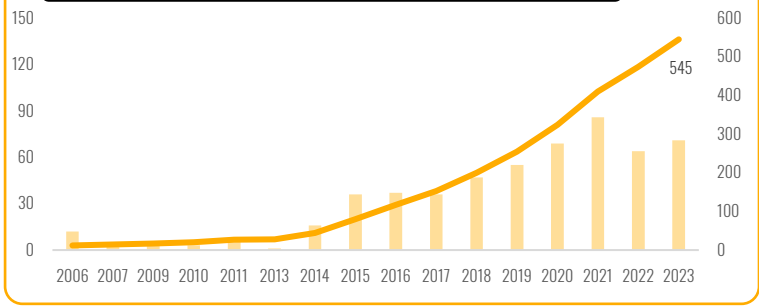
ДРУГИЕ



За период 2010-2023 число объектов разного формата увеличилось в 24 раз: при этом наиболее интенсивный период развития наблюдался с активным вводом объектов торгово-развлекательной инфраструктуры и новых форматов ОП (фуд-корты, фуд-зоны, стрит-ритейл).

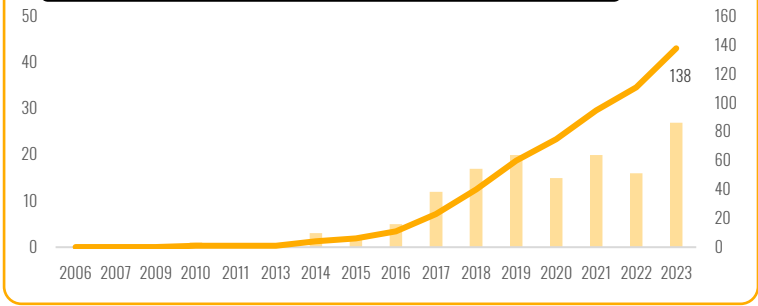
Какого вида объект и где его найти

Независимый объект (кафе/ресторан)



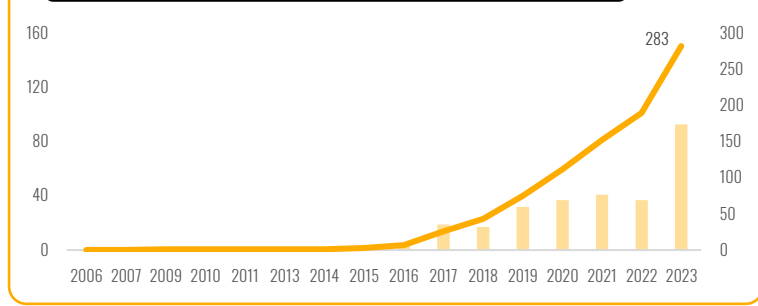
Традиционно объекты рынка ресторанов быстрого обслуживания представляли отдельно стоящий или встроенный объект. Такой вид объектов открывается до сих пор. Это связано в первую очередь со спецификой рынка коммерческой недвижимости, наличия «свободных» земельных участков в высоко интенсивных участках города (особенно вдоль магистралей и жилых районов).

Фудкорт



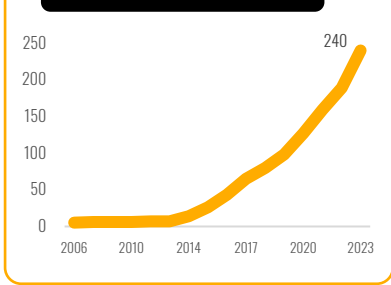
С активным вводом объектов торгово-развлекательной инфраструктуры и обязательным элементом наполнения таких объектов – фуд-кортом, активно развиваются форматы на этих площадях. Это в первую очередь является магнитом потенциальных покупателей с развитой инфраструктурой (фуд-корт специально рассчитан для объекта ОП и организован для ресторанов быстрого обслуживания).

Take-a-way



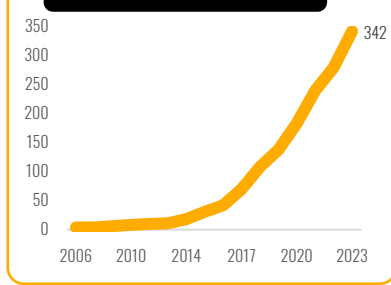
Специфика некоторых форматов спровоцировала развитие такого вида объектов ОП с минимальным числом посадочных мест и ориентированных на максимально быстрое потребление вне объекта ОП. При этом с развитием сервисов доставки и ограниченным предложением коммерческой недвижимости в локациях с высоким транзитом. Особенно такой формат получил широкое распространение в фуд-кортах.

Центр



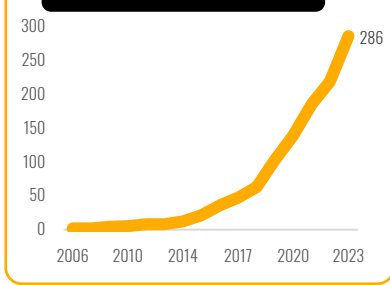
Интерес к недвижимости в центре города с наиболее интенсивным трафиком на первом этапе активного роста сетей ресторанов являлся наиболее приоритетным.

Магистраль



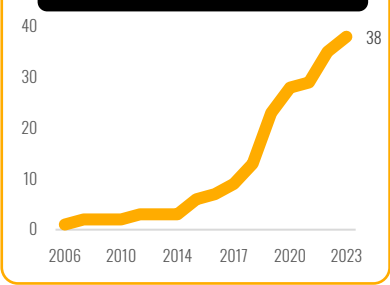
Учитывая специфику и значение главных магистралей города (Минск или другие города), расположение любого объекта ОП является выгодным и перспективным с точки зрения охвата и спроса.

Жилая зона



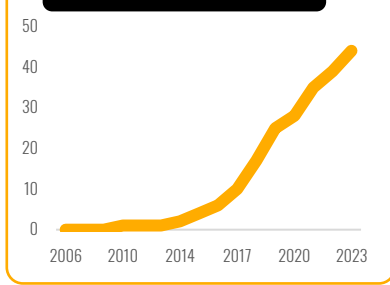
Интерес к жилым микрорайонам во временной проекции несколько смещен (на 2 года), что связано с уменьшением предложения в центральной части и крупным городским дорогам.

Внутренне кольцо (М)



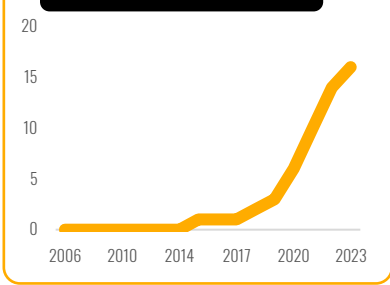
Это месторасположение подобно центральной части города и учитывая специфику Минска является приоритетным для объектов ОП с точки зрения транзита и посещаемости.

МКАД



Это месторасположение не получило такого развития, как в других локациях. И связано это в первую очередь с отсутствием предложения недвижимости и развитого транзитного потенциала.

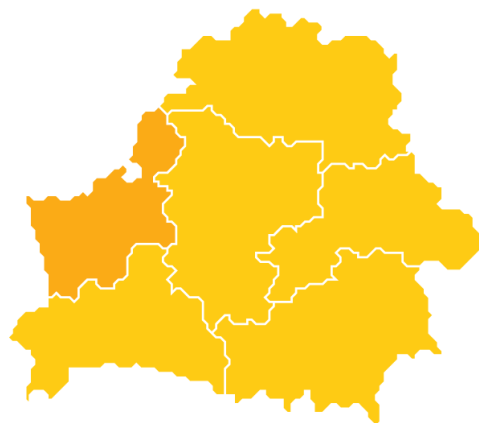
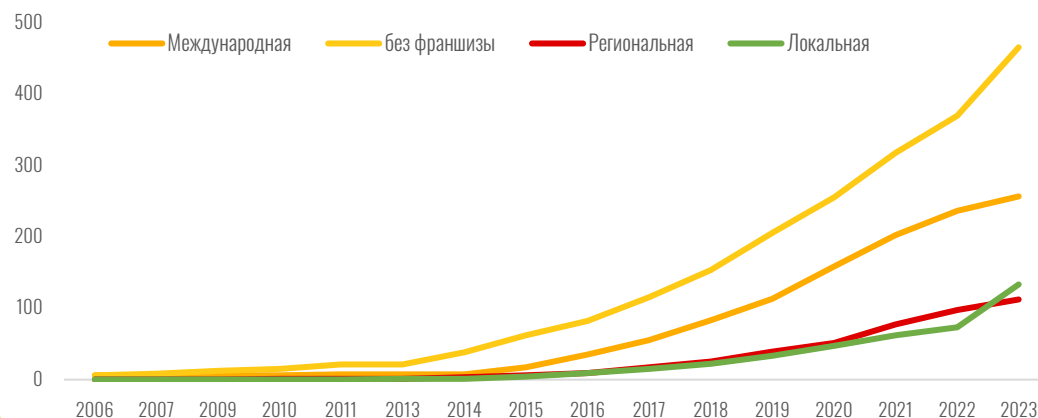
Пригород (М)



Пригород Минска как направление размещения объектов ОП сильно зависит как от потенциала потребителей, транзита и наличия соответствующей инфраструктуры.

Сетевой характер бизнеса и франшизы

Развитие рынка: модели бизнеса по типу франшизы

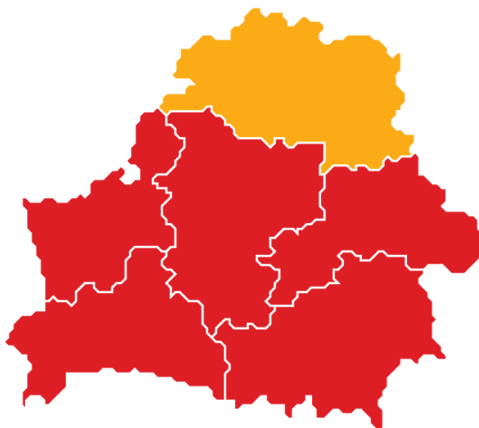
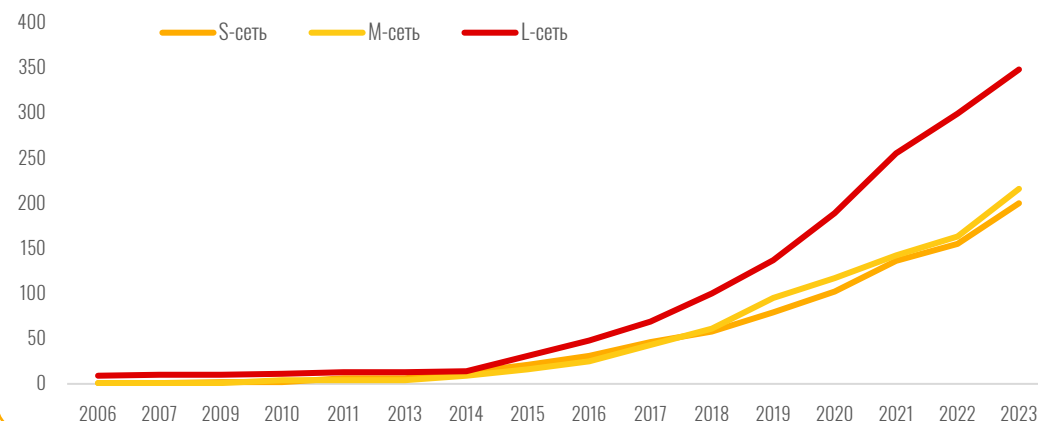


На начало 2024 года наиболее распространены объекты, существующие вне франшиз (единичные объекты, собственные сети, которые могут с течением времени трансформироваться во франчайзинговый бизнес.

Вместе с тем каждая из бизнес моделей (БМ) получила свое развитие и за последние 8 лет число объектов во всех типах БМ (международная/региональная/локальная франшиза) увеличивалось не менее чем в 3,5 раза.

Почти во всех областях (кроме Гродненской) БМ без франшиз получили доминирующее значение, хотя и отрицать влияние региональных и международных франшиз не представляется возможным.

Сетевой характер бизнес модели



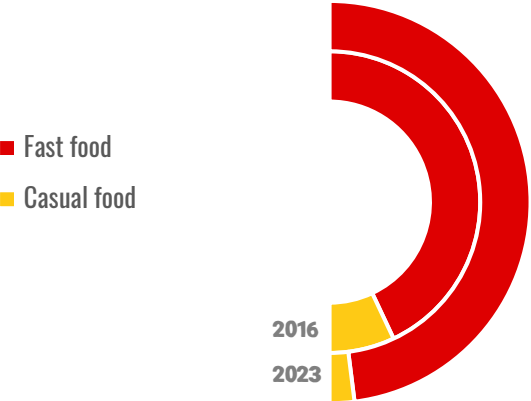
На начало 2024 года наиболее распространенными моделями рынка ресторанов быстрого обслуживания стали крупные сети (L-сеть), что напрямую связано с высоким развитием международных франшиз (которые предполагают экстенсивное расширение бизнеса в регионе). Лидирующее положение такие БМ получили практически сразу с приходом новых игроков в 2014-2015 гг.

В то же время другие типы БМ конкурировали между собой, с 2018 года S-сети стали уступать M-сетям (но сильно уступая крупным сетям).

Снова видно, что доминирование в регионах БМ по сетевому характеру коррелирует представленности в регионах международных франшиз или индивидуальных проектов: так во всех областях, кроме Витебской доминируют L-сети (более 15 объектов), в Витебской области S-сети.

Изменение структуры рынка (1)

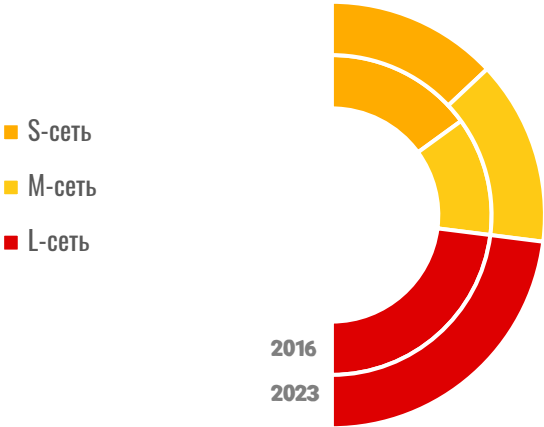
ТИП ОБЪЕКТА



На этапе формирования рынка ресторанов быстрого обслуживания объекты типа «Casual Food» занимали до 20% и имели все перспективы будущего развития, как часть процесса трансформации старых форматов в современные трендовые.

Однако, по прошествии всего 7 лет рынок практически полностью вытеснил этот формат (сократил долю до 4%). Хотя стоит отметить, что и сегодня этот формат развивается и удерживает свою позицию среди потребителей.

СЕТЕВОЙ ХАРАКТЕР

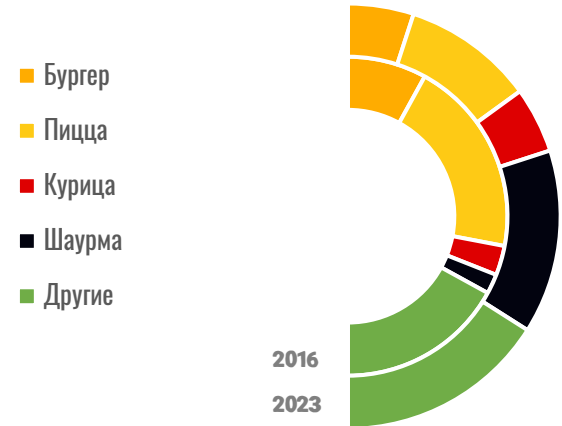


Структура сетевого характера игроков на рынке показывает сохранение доли крупных сетей.

Основные изменения в структуре за последние 7 лет происходили за счет изменения доли сетей среднего размера (+4 п.п. рост M-сетей за счет сокращения S-сетей).

Основной причиной изменения структуры является эволюционный переход малой сети к разряд средней, так же как переход средней сети в разряд крупной.

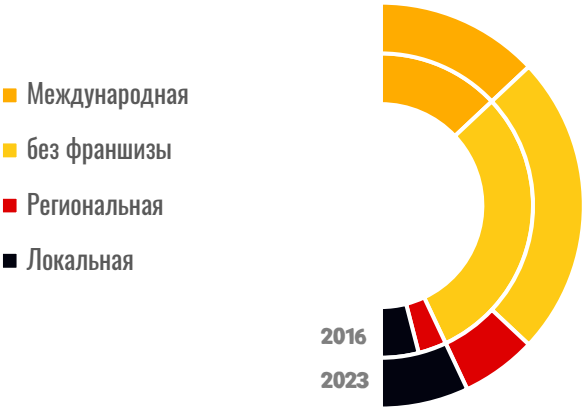
КУХНЯ



Разнообразие кухонь за последние 7 лет практически не изменилась (то есть их широта сохранилась на рынке). Но одновременно влияние каждой из них в структуре отличалось в хронологии и развитии.

Наибольшие изменения наблюдались с экстремальным ростом «Шаурмы» (+24 п.п.) и «Курица» (+4 п.п.). Сохранили свои доли. Практически все изменения произошли за счет снижения доли традиционных для рынка кухонь: «Бургеры» и «Пицца» - совокупное изменение структуры составило -26 п.п.

ТИП ФРАНШИЗЫ

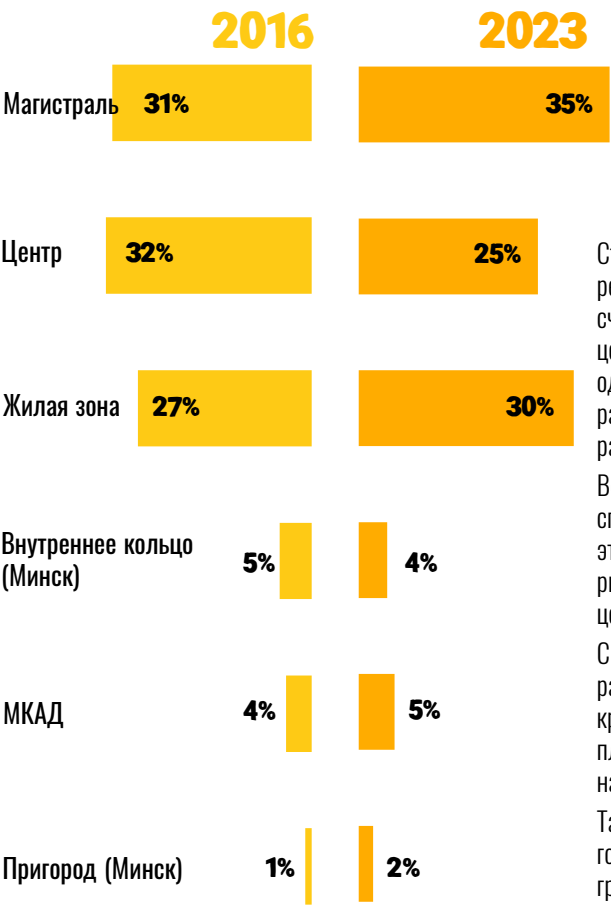


Если на волне активного развития рынка в 2016 году доминирующее положение (после 50%) в структуре занимали бизнес модели, существующие без франшизы (то есть организованные бизнесменами собственные сети, объекты).

Различного типа франшизы активно начали наращивать свою долю за счет активной экспансии как основного рынка (город Минск), так и регионов. Так, к началу 2024 года бизнес модели, основанные на локальных и региональных франшизах, заняли уже 26% рынка и сравнялись по доли с международными франшизами.

Изменение структуры рынка (2)

МЕСТОРАСПОЛОЖЕНИЕ



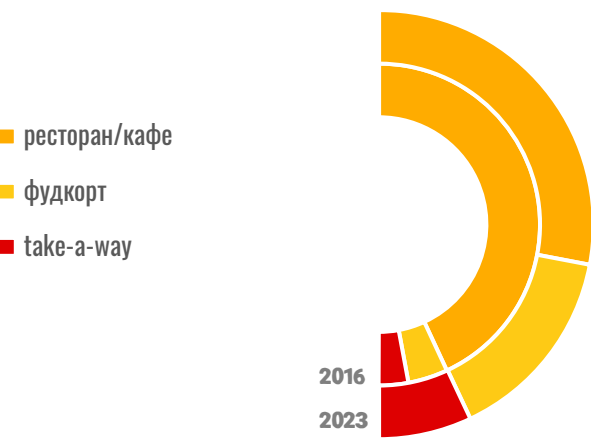
Структура размещения объектов в сегменте ресторанов быстрого обслуживания изменилась за счет: а) сокращения доли объектов, располагаемых в центре города и внутреннего кольца (для Минска); б) одновременно значительно выросла доля объектов, расположенных на городских магистралях и жилых районах.

Все эти изменения связаны в первую очередь со спецификой размещения таких объектов на разных этапах развития рынка. Так, на первом этапе освоения рынка наиболее привлекательными являются места в центральной части города с интенсивным трафиком.

С ростом числа игроков и объектов ОП география расширяется за счет высоко транзитных локаций: крупные магистрали городов, жилые районы с плотной застройкой (хотя и тут объекты расположены на крупных внутри микрорайонных дорогах).

Таким образом, структура показывает, что после 2016 года основное число объектов было открыто в границах крупных городских дорог и жилых микрорайонов.

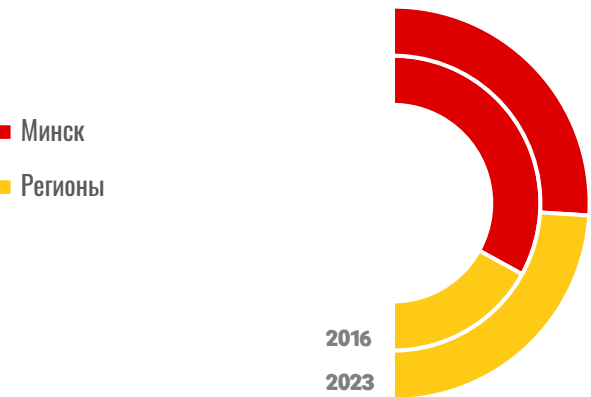
ВИД ОБЪЕКТА



Изменение облика инфраструктуры коммерческой недвижимости не только в Минске, но и регионах изменили структуру рынка по виду объекта (организации питания и работы).

Так, за последние 7 лет в структуре значительную долю получили объекты на фуд-кортах (+22 п.п.), а также объекты стритфуда с ориентацией на вынос еду за пределы зоны заказа/кухни (+8 п.п.).

ГЕОГРАФИЯ



С постепенным освоением «столичного» рынка повышается интерес к региональной экспансии, что также свойственно для ритейла в пределах страны.

Так, за последние 7 лет доля ресторанов быстрого обслуживания в регионах возросла на 14 п.п. При этом региональный рынок представлен как крупными международными франшизами, так и региональными/местными компаниями.

Характеристика типового объекта

Наиболее часто повторяющиеся характеристики объекта отдельно для каждого параметра



Кухня

Шаурма (основное блюдо объекта по меню)



Месторасположение

Магистраль (крупная городская дорога, может проходить по центру города и в жилых районах)



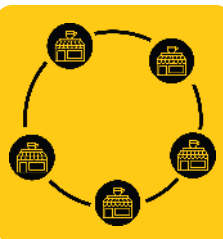
Вид объекта

Независимый объект (в виде кафе, ресторана или пиццерии)



Франшизная модель

Международная (эксклюзивное и не эксклюзивное представление)



Сетевой характер

L-сеть (более 15 объектов сети одного бренда, иногда под владением нескольких франчайзи)



Число посадочных мест

37 посадочных места по средней (**20** посадочных мест по медиане)

КРУПНЕЙШИЕ ИГРОКИ

☆ ТОП5 по числу объектов



КРУПНЕЙШИЕ ИГРОКИ

☆ ТОП5 по числу посадочных мест

Наименование (бренд)	# объектов	Кухня	Больше всего расположен	Тип объектов
KFC	84	Курица	Минск	Ресторан/кафе
Dodo Pizza	47	Пицца	Регионы	Ресторан/кафе
Burger King	46	Бургер	Регионы	Ресторан/кафе
Domino's Pizza	35	Пицца	Минск	Ресторан/кафе
Mak.by	25	Бургер	Минск	Ресторан/кафе

ТОП5 крупнейших сетей (игроков) рынка ресторанов быстрого обслуживания представлены крупнейшими международными франшизами (в том числе квази-Макдональдс, бывшая сеть ресторанов McDonalds).

Степень консолидации этой отрасли достаточно высокая – 25% числа объектов, при этом безусловным лидером является сеть ресторанов KFC (почти 9% всего числа объектов).

Основная кухня среди ТОП5 игроков отрасли: бургер, пицца и курица; а большая часть ресторанов ТОП5 сетей все еще пока расположены в Минске (однако, уже у 2-х игроков из 5 основная часть ресторанов расположена в регионах).

Наименование (бренд)	# посадочных мест	Кухня	Чаще всего расположен	Чаще можно найти
KFC	7 005	Курица	Минск	Магистраль
Burger king	2 761	Бургер	Минск	Магистраль
Mak.by	2 698	Бургер	Минск	Магистраль
Хинкальня	2 527	Хинкали	Минск	Центр
Пицца Темпо	2 099	Пицца	Минск	Магистраль

В ТОП5 сетей (игроков) отрасли значительных изменений не произошло (Пицца Темпо и Хинкальня замещают сети пиццерий Domino's Pizza и Dodo Pizza). Позиции изменились за счет разных концепций объектов (те сети, которые сфокусированы на развитый зал для посетителей занимают более высокие позиции).

Консолидация отрасли по числу мест (47% общего числа) выше по сравнению с этим показателем по числу объектов. Лидеру (KFC) принадлежит почти 19% рынка.

Появился новый тип кухни (хинкали), по размещению мест – основная часть расположена в Минске. Объекты ТОП 5 игроков в основном расположены на городских магистралях и центре.



ФАКТОРЫ СПРОСА



Расходы на питание вне дома

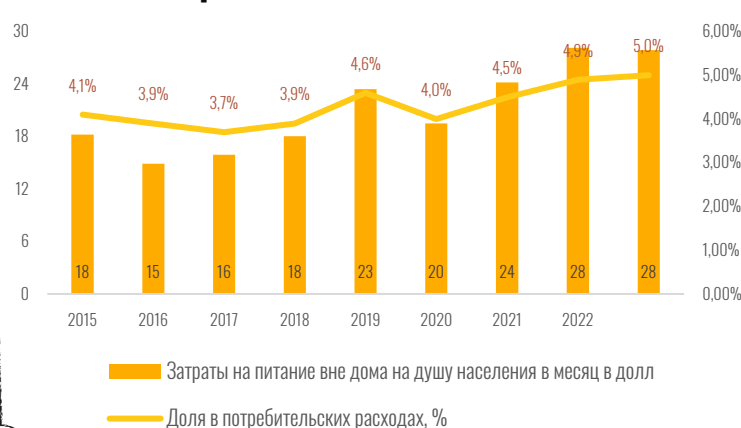
Затраты на питание в целом по стране



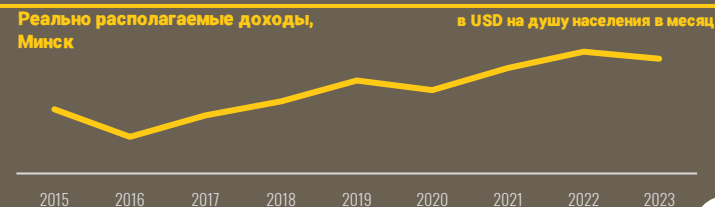
За период 2015-2023 гг. затраты на питание вне дома показывают тренд роста, хотя в разные периоды наблюдалась разная ситуация. Это связано в первую очередь с изменением показателя располагаемых доходов на душу населения (так, снижение располагаемых доходов в 2020 году отразилось и на снижении затрат на питание вне дома – так как в структуре расходов эта статья практически не изменяется и составляет $2,7\% \pm$ всего 0,4 процентных пункта).



Затраты на питание по г. Минск



В г. Минске расходы на питание значительно отличаются от общестрановых, однако, тенденции сохраняются. Так, тренд показателя затрат на питание вне дома тесно коррелирует с изменением размера располагаемых доходов. В структуре расходов (как в целом по стране) так и по г. Минск статья затрат на питание вне дома составляла $4,3\% \pm 0,7$ процентных пункт – почти в 2 раза больше этого показателя в целом по стране.



Потенциал рынка питания вне дома

БЕЛАРУСЬ

123%



Рост реально располагаемых доходов
(2023 к 2010)

179%



Рост затрат на питание вне дома на душу
населения в месяц (2023 к 2010)

105%



Рост числа посадочных мест в объектах
общественного питания (2023 к 2010)

МИНСК

117%



Рост реально располагаемых доходов
(2023 к 2010)

177%



Рост затрат на питание вне дома на душу
населения в месяц (2023 к 2010)

142%



Рост числа посадочных мест в объектах
общественного питания (2023 к 2010)

Долгосрочные ретроспективные показатели реально располагаемых доходов, затрат на питание вне дома и числа посадочных мест в объектах ОП за период 2010-2023 показывает несинхронное развитие за счет «догоняющего» показателя числа посадочных мест в объектах ОП.

Так, при росте затрат (при этом этот показатель опережает рост реально располагаемых доходов) почти в 1,5 раза, число посадочных мест увеличилось лишь на 5% (конечно, такой низкий рост может быть связан с «отмиранием» форматов с большим числом посадочных мест, а также замещением старых форматов новыми).

Вместе с тем, наблюдается изменение паттерна поведения населения (на что указывает опережающий долгосрочный рост затрат на питание вне дома и реально располагаемых доходов) за счет появления и развития новых форматов и ценовой доступности.

Долгосрочные показатели, описанные выше, по городу Минску имеют похожую природу, когда показатели затрат на питание вне дома и реально располагаемые доходы значительно больше прирастают по отношению к росту числа посадочных мест.

Однако, все три показателя практически сопоставимы по значению и значительно выше, чем по стране в целом.

Так, затраты на питание вне дома выросли в 1,8 раза (сопоставимо с этим показателем в стране в целом), число посадочных мест в объектах ОП выросло в 1,4 раза (на 37 процентных пункта выше аналогичного показателя по стране в целом). Так же как реально располагаемые доходы.

Такие параметры отражают ситуацию более интенсивного развития ОП и его возможного потенциала (традиционного г. Минск является «авангардом» новых тенденций и трансформации рынков).

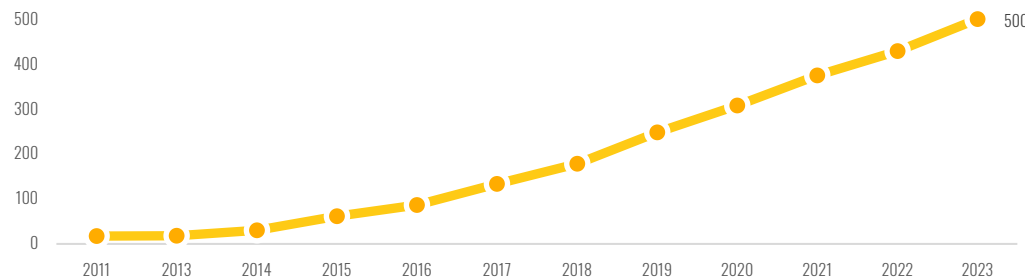
Изменение паттерна поведения населения, развитие новых форматов и трансформация старых концепций приводят к более интенсивному развитию рынка.

МИНСК

vs

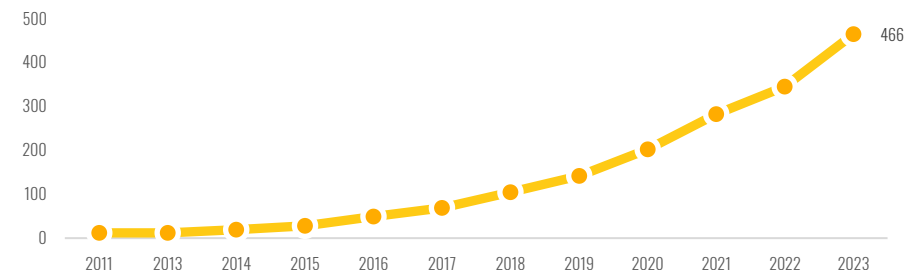
РЕГИОНЫ

Число объектов



Знаковое спортивно-общественное событие 2014 года (Чемпионат Мира по хоккею в Минске) стало своеобразным импульсом активного развития новых форматов ОП.

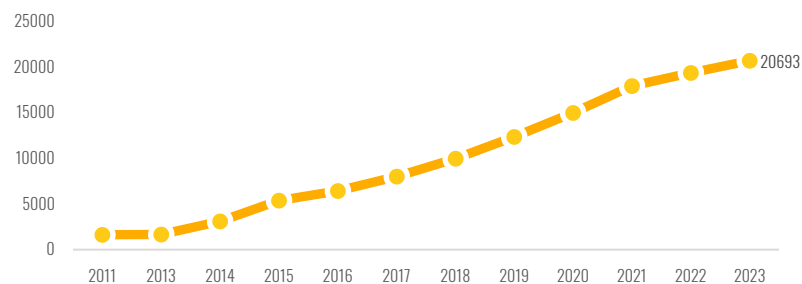
Так, если с 2011 по 2014 год число современных объектов ОП выросло в 2 раза (но до 27 объектов) – но начиная с 2014 года ежегодный рост составил 37%, а за 10 лет число объектов выросло в 16 раз (скрытый спрос и успешный опыт игроков рынка побудили развитие конкуренции как местных игроков, так и международных).



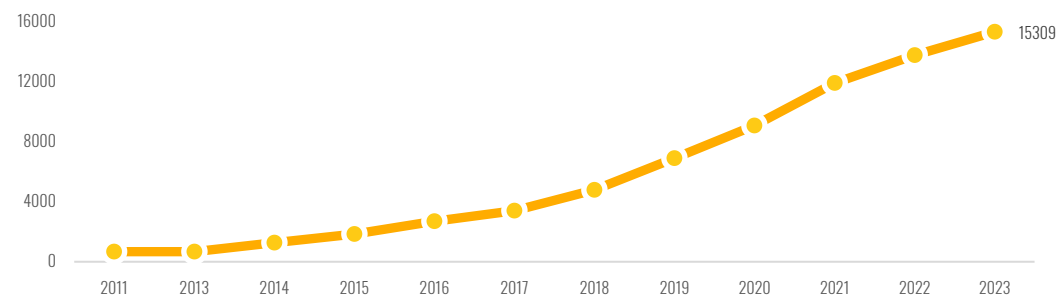
Развитие в регионах «отстает» от Минска на 4-5 лет, что видно из данных числа объектов ОП (к концу 2023 года число пока еще не достигло значения показателя Минска).

Так, если до 2017 года среднегодовой прирост составлял 46% (за 7 лет число увеличилось на 62 объекта); за период 2017-2023 гг. среднегодовой прирост составил 37% и общее число выросло почти в 7 раз до 466 объектов.

Число посадочных мест



Все то же знаковое событие побудило активное развитие инфраструктуры ОП, что отразилось на быстром росте вместимости современных форматов (все те же показатели прироста в 2,5 раза, но всего до 3,0 тыс. посадочных мест), но уже в 2015 году прирост составил 1,7 раза на 2,3 тыс. посадочных мест). Среднегодовой прирост составил 24% до 21 тыс. мест.



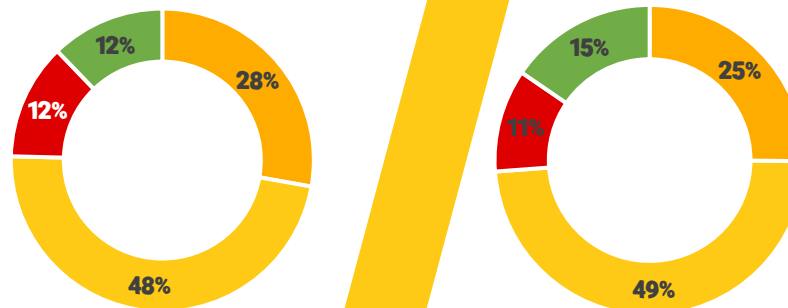
Похожая тенденция наблюдается и в отношении числа посадочных мест: до 2017 года ежегодный прирост этого показателя составлял 41% (за 7 лет начиная с 2010 года число посадочных мест выросло до 3,4 тыс. мест); после 2017 года темп ежегодного прироста сохраняется на уровне 30% и в абсолютном значении увеличивается в 5 раз до более, чем 15 000 объектов. Как и в иных случаях активное развитие современных форматов ОП в регионах идет с задержкой в 4-5 года.

Структура рынка новых форматов отражает ключевую особенность современного развития рынка ОП: международные сети фаст-фуда обладают значительным технологическим и организационным потенциалом вместе с компетенциями по реализации стратегии входа на новые рынки.

Так, на конец 2023 год доминирующее положение (48%) занимают бизнес модели не предполагающие участие Франчайзера, в то же время международные франшизы занимают значительную долю (чуть более 1/3).

Развитие локальных франшиз также отражается на структуре в меньшей степени в Минске (больше в регионах).

- Международная
- без франшизы
- Региональная
- Локальная



- Международная
- без франшизы
- Региональная
- Локальная

В регионах структура рынка ОП (рестораны быстрого обслуживания) практически идентична структуре по г. Минску, однако, с большим участием локальных франшиз (это объективный процесс развития и «тестирования» национальных компаний в других регионах после закрепления или в процессе активного развития «центрального» Минского рынка).

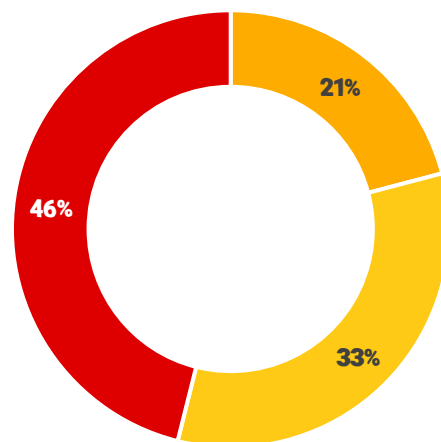
Так, международные франшизы занимают 1/4 долю рынка.

Учитывая особенности конкурентной среды и специфику развития компаний на современном этапе (на рынке рестораном быстрого обслуживания), наиболее успешными остаются сетевые модели бизнеса, при этом масштаб играет не последнюю роль в эффективности стратегии.

Так, на конец 2023 года наибольшую долю (почти 50%) на рынке занимали крупные сети (более 15 объектов), остальные доли были распределены практически равнозначно для средних и малых сетей.

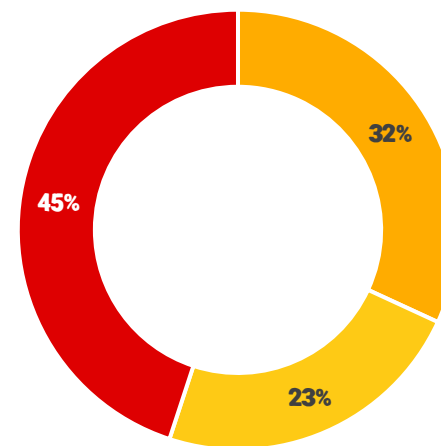
При этом за последние 5 лет происходили частые переходы из разного масштаба сетей).

- S-сеть
- M-сеть
- L-сеть



Сетевой характер бизнеса

- S-сеть
- M-сеть
- L-сеть



Снова учитывая специфику реализации стратегии экспансии крупными игроками этого рынка, наибольшую долю занимают как раз крупные сети (почти 50% рынка ресторанов быстрого обслуживания).

В региональном масштабе малые сети (по сути внутри региональные) имеют большую долю (32%) по сравнению со средними сетями. В такой ситуации возможно быстрое изменение структуры за счет перехода малых сетей в средние, а средних в крупные.

Приход и агрессивная экспансия крупных сетей (в основном работающих под международными франшизами) значительно сужают возможности развития местных небольших сетей или единичных объектов. Принимая во внимания, что емкость спроса в региональных городах значительно уступает Минску (хотя практически любой приход международной франшизы выявляет скрытых не удовлетворенный спрос на современные форматы ОП).

Рынок г. Минска, как перспективный и привлекательный, включает самые разные форматы, что отражается на структуре «кухни» рынка: наибольшую долю (почти 1/3 рынка) занимают более 14 различных кухонь.

Если же не учитывать обобщенную позицию «другие», то наиболее востребованной является «шаурма» (1/4 доли рынка). Остальные ключевые кухни жестко конкурируют между собой с относительно сильными позициями у «пицца» (доля которой составила около 20%), другие традиционные кухни имеют около 10%.

Структура месторасположения объектов в целом соответствует логике расположения объектов ОП в высоко транзитной зоне.

Так, на крупные магистрали (которые частично проходят в центральной части города) и центр города приходится почти 1/2 доли.

При этом важно понимать, что изменение в структуре возможно в сторону уменьшения доминирования центральной части города и магистралей и рост доли жилых районов и других локаций. Это объективный процесс, связанный с ограниченным предложением коммерческой недвижимости, развитием других зон города и перераспределения транзитных потоков.

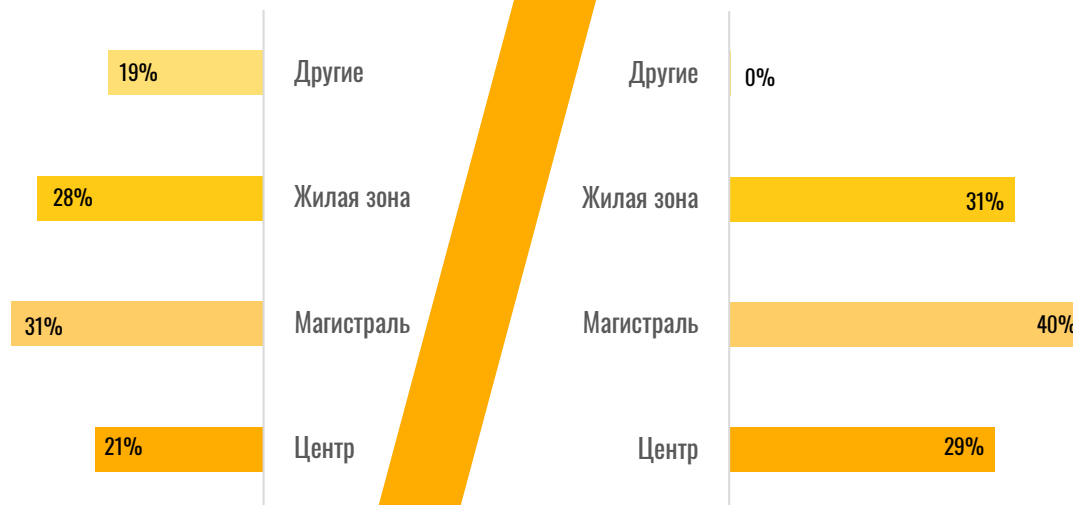
Кухня



В регионах сложилась схожая структура как и в Минске с доминированием «шаурма», высокой долей «пицца» (1/5 доля). Кроме того, на рынке представлены другие форматы (хотя не так разнообразно (9 против 14) как на рынке г. Минска).

Совершенно новый как для г. Минска, так и в целом для страны формат «шаурма» за 2-3 года захватывает 1/3 часть регионального рынка, что конечно связано с относительной простотой организации бизнеса в этом сегменте и скрытый неудовлетворенный спрос на современные форматы «уличной еды».

Месторасположение



Региональный рынок практически полностью повторяет структуру расположения города Минска.

Доминирующей локацией является магистраль, которое во многих региональных городах практически полностью замещают понятие центр города и за частую являются центральной и важной частью города.

Так, на центральную часть города вместе с магистралью приходится около 70%. Тем не менее, активно развивающаяся «жилая зона» занимает достаточно крупную долю (31%).

Как и по городу Минску, значительные изменения в структуре возможны после полного поглощения пригодной для бизнеса коммерческой недвижимости в центральной части города.

МИНСК



Кухня

Шаурма (основное блюдо объекта по меню)



Вид объекта

Независимый объект (в виде кафе, ресторана или пиццерии)



Франшизная модель

Международная (эксклюзивное / не эксклюзивное)



Месторасположение

Магистраль (дорога проходит по центру и в жилых районах)



Число мест

37 посадочных мест в среднем по объектам

Характеристика типового объекта

РЕГИОНЫ



Кухня

Шаурма (основное блюдо объекта по меню)



Вид объекта

Независимый объект (в виде кафе, ресторана или пиццерии)



Франшизная модель

Без франшизы (индивидуальные объекты / собственные сети)



Месторасположение

Магистраль (дорога проходит по центру и в жилых районах)



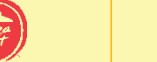
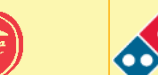
Число мест

33 посадочных мест в среднем по объектам

МЕЖДУНАРОДНОЕ СРАВНЕНИЕ



Представленность брендов

	Беларусь	Россия	Польша	Литва	Румыния	Швеция	Чехия	Казахстан	Болгария	Латвия	Эстония	Финляндия	Грузия	Украина
	 	  	  	  	  	 	 	 	  	  	  	  		
	 	    	     	    	    	    	    	    	 	 	    	    	    	
														
														

 Квази McDonalds
Новый собственник

 Квази McDonalds
Новый собственник

 Квази McDonalds
Новый собственник

 Квази Domino's Pizza
Новый собственник



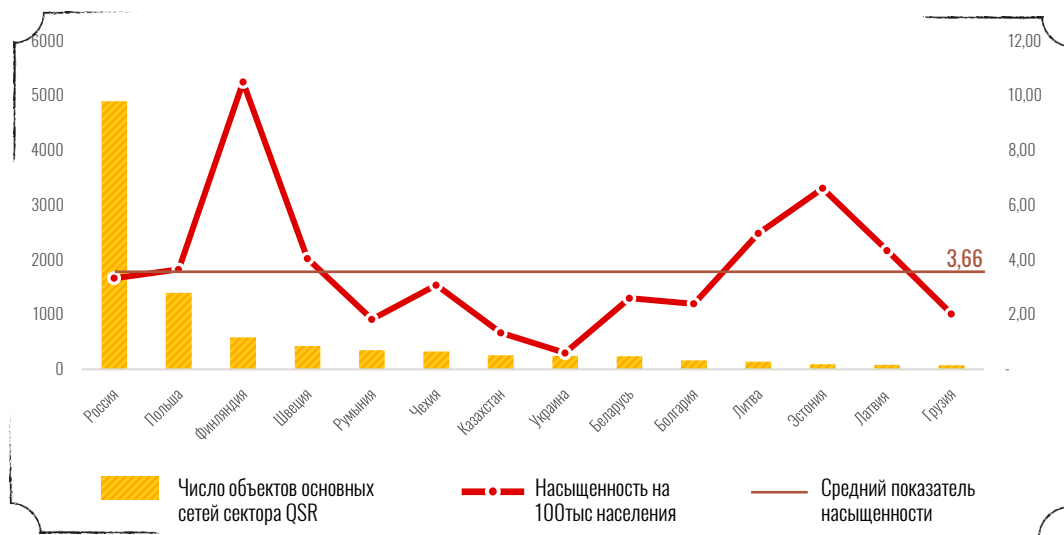
Насыщенность ресторанами быстрого питания

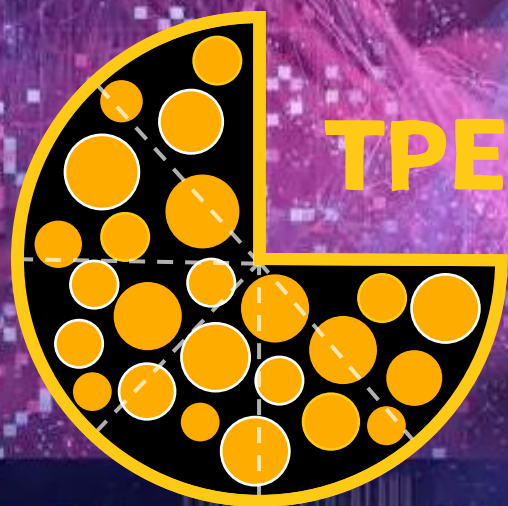
Показатель насыщенности ресторанами быстрого обслуживания (10 крупнейших сетевых международных и региональных франшиз) для Беларуси достаточно высокий по отношению к другим странам ЦВЕ, хотя все еще далек от среднего значения по 16 странам (уступает практически 1 единицу). Стоит учитывать, что еще 3 года назад этот показатель для Беларуси был еще ниже и наблюдалось значительное отставание от других стран.

На начало 2024 года показатель насыщенности на 100 тыс. человек соответствовал показателям Чехии и Болгарии, в то же время значительно уступал странам Северной Европы, но одновременно превосходил такие страны, как Казахстан, Грузия, Румыния и Украина.

В абсолютном выражении, число ресторанов быстрого обслуживания в Беларуси уступает 8 странам из 16, однако, для более корректного сопоставления необходимо учитывать население.

Тем не менее, насыщенность на некоторых других, соседних рынках, отражение ситуации, когда еще возможно дальнейшее развитие и насыщение рынка (так, число объектов в Финляндии почти в 3 раза выше, но население в 2 раза меньше; Швеция сопоставима по размеру населения, но объектов в 2 раза больше).





ТРЕНДЫ

▶RS./0211 SEARCH...R01
▶RS./0211 SEARCH...R01

▶SEARCH▶TR/01▶03
▶SEARCH▶TR/01▶03

▶TR/01▶03
▶TR/01▶03

▶SEARCH▶TR/01▶03
▶SEARCH▶TR/01▶03

▶RS./011
▶RS./011

▶RS./0211TR /ON
▶RS./0211TR /ON

Международные тренды

- К 2030 году объем мирового рынка ресторанов быстрого обслуживания может превысить 700-900 млрд долл. США (CAGR 4,6%).
- Сокращение времени для потребления еды – рост спроса на «быструю еду» вместо посещения ресторанов и кафе с «долгой» готовкой.
- Появление растительных ингредиентов в меню ресторанов, основной кухни которых являются бургеры, курица, сэндвичи.
- Активное развитие «призрачных кухонь» - когда объект общественного питания готовит и доставляет еду, но не имеет открытой и доступной локации (то есть нет зала для посетителей или пункта выдачи).
- Применение современной ИКТ инфраструктуры для внутренних процессов ресторанов (Интернет вещей, роботизация процессов, ИИ), для посетителей (онлайн заказы и платежи, использование адаптивного меню (персонализированного подхода на основе ИИ)).
- Внедрение процесса кастомизации блюд (бургеры, пицца, суши и другие) в заказах онлайн или офлайн.

Рынок франшиз

- В 2023 году был достигнут рекорд по числу заключенных договоров за весь 10-летний наблюдаемый период (+27% по отношению к предыдущего периода). Провальным можно считать 2020 год (хотя уже в 2021 году восстановительный рост составил +98%).
- Общественное питание – ключевой драйвер рынка франшиз на рынке Беларуси (входит в ТОП3 сегментов франчайзингового рынка в Беларуси). Кофейни наиболее востребованный формат у франчайзи (по объективным причинам: относительно не большой начальный капитал, форматы с минимальным вложением и не требующие специализированных помещений и кухни).
- В 2024 году в структуре предложения белорусские франшизы превысило 30%-долю (в 2023 году число договоров с белорусскими франшизами составила 40%, в то же время 38% приходится на франшизы РФ – таким образом достигнув паритета в количестве заключаемых сделок за последние 10 лет).
- Усиление влияния белорусских франшиз на региональном рынке – уже более 70% белорусских франшиз предусматривают в своей стратегии развитие на рынке России и Казахстана.

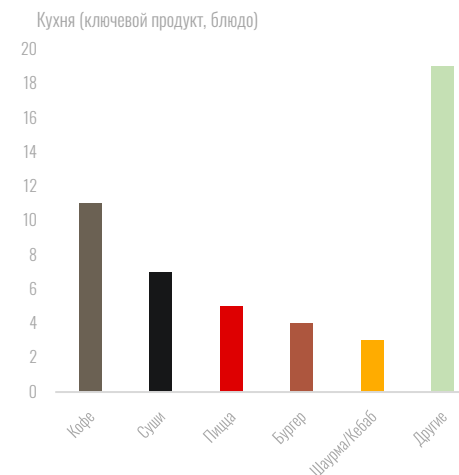
Региональные и локальные тренды

- К 2030 году объем рынка ресторанов быстрого обслуживания может достигнуть около 200 млрд долл. США (CAGR 3,7%) в Европейских странах.
- Смещение потоков посетителей с «дорогих» форматов ОП (рестораны, кафе) к ресторанам быстрого обслуживания (по некоторым данным такие форматы перетянули на себя около 50% общего числа посетителей объектов ОП любого формата).
- Расширение присутствия сетей и увеличение числа объектов не только в крупнейших городах и наиболее интенсивных транзитных локациях.
- Усиление партнерства с сервисами (on-demand сервисами) доставки еды потребителями из ресторанов быстрого обслуживания (для ресторанов – дополнительный канал формирования выручки и расширения поля потенциальных потребителей).
- Страны с быстрорастущей экономикой (не исключая другие страны с низкой насыщенностью) будут драйверами роста всего рынка ресторанов быстрого обслуживания.
- Активное внедрение современных ИКТ во внутренней кухни, коммуникациях с потребителями и самими потребителями при потреблении.

Число заключенных договоров франшизы



Актуальное предложение франшиз



РЫНОК РЕСТОРАНОВ БЫСТРОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ - ВИЗУАЛИЗАЦИЯ





Public.tableau.com



О КОМПАНИИ ЮНИТЕР

ЮНИТЕР



Несколько слов о компании

Сегодня компания ЮНИТЕР представляет услуги инвестиционного и финансового консалтинга, исследования отраслей и рынков, разработки стратегий развития, сопровождения инвестиционных проектов и другие услуги для частного среднего и крупного бизнеса, а также иных организаций и предприятий.



20+ лет

Исключительная компетенция и опыт



200+ клиентов

Устоявшиеся связи в бизнес-среде



25+ стран

Широкий охват и понимание разных рынков



600+ услуг

Массивный портфель активного участника рынка

150+ лет

Совокупный накопленный опыт команды компании

60+ отраслей и рынков

Отраслей и рынков в поле зрения компании (проекты и опыт)

40+ сделок

Число проектов в сфере M&A и привлечения финансирования

62% закрытия

Доля успешно завершенных сделок при участии компании

300+ проектов

Число проектов ТЭО и исследований с участием компании

74% результат

Доля проектов реализованных или в процессе реализации

Компетенции компании в отрасли общественного питания



ЧАСТНЫЙ ИНОСТРАННЫЙ ИНВЕСТОР (ОАЭ)

Углубленный анализ рынка ресторанов быстрого обслуживания, для развития собственной сети ресторанов фаст-фуд (сегмент картофель фри) в Минске



ОПЕРАТОР ОБЪЕКТОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Подготовка информационных материалов и презентации в процессе привлечения на рынок Беларуси международной франшизы фаст-фуда KFC



ОПЕРАТОР ОБЪЕКТОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Анализ рынка пиццерий г. Минска и областных городов для подготовки информационных материалов в процессе привлечения профильной международной франшизы на рынок



ОПЕРАТОР ОБЪЕКТОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Анализ рынка кофеен г. Минска для подготовки информационных материалов в процессе привлечения профильной международной франшизы



ЧАСТНЫЙ ИНОСТРАННЫЙ ИНВЕСТОР

Организация и оказание консультационных услуг по поиску профильного ресторанного оператора для элитного ресторанного комплекса в составе многофункционального гостиничного комплекса



ЧАСТНЫЙ ИНОСТРАННЫЙ ИНВЕСТОР

Комплексное сопровождение (бенчмарк-анализ рынка гостеприимства Минска) многофункционального гостиничного, спортивного и развлекательного комплекса

Услуги и накопленный опыт

1

ИНВЕСТИБАНКИНГ

- Сделки слияния и поглощения, стратегическое консультирование;
- Продажа бизнеса или активов;
- Реорганизация и вопросы корпоративного управления;
- Организация выхода на международные рынки капитала (выпуск облигаций на иностранных рынках, IPO);
- Организация привлечения долгового финансирования (банковские инструменты, фонды, облигации);
- Организация привлечения финансирования от международных финансовых институтов.

3

ИССЛЕДОВАНИЯ И АНАЛИТИКА

- Периодические краткие отраслевые обзоры отраслей и рынков.
- Глубинные маркетинговые исследования рынков и отраслей в Беларуси и зарубежных странах.
- Выработка рекомендаций по формированию стратегии развития компаний на конкретных рынках.
- Бенчмарк-анализ рынков, конкурентов, продуктов (со странами ближнего и дальнего зарубежья).
- Полевые исследования.
- Подготовка профилей конкурентов.

2

FEASIBILITY STUDY & DUE DILIGENCE

- Разработка feasibility studies инвестиционных проектов;
- Подготовка детальных открытых финансовых моделей с возможностями сценарного анализа, которые клиент сможет далее использовать самостоятельно;
- Подготовка детального бизнес-плана проекта (локальные и международные стандарты);
- Информационный меморандум проекта;
- Оценка стоимости бизнеса;
- Реструктуризация задолженности;
- Проведение комплексного финансового, коммерческого и операционного анализа объекта сделки (Due Diligence);
- Привлечение экспертных команд и координация проведения инженерной и технологической проверки.

4

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ КОНСУЛЬТИРОВАНИЕ

- Всестороннее сопровождение инвестиционного проекта (аналитическое обеспечение, финансовое консультирование, выработка стратегий);
- Координация взаимодействия со всеми сторонами, участвующими в проекте;
- Разработка стратегии развития;
- Бенчмарк-анализ бизнеса;
- Консультирование акционеров по стратегическим опциям (возможность продажи и анализ стоимости, привлечение стратегического партнера в бизнес, слияния);
- Прогнозирование будущих трендов с разработкой карт рисков Клиента;
- Реорганизация и оптимизация структуры корпоративного управления.

ОТРАСЛЕВАЯ ЭКСПЕРТИЗА



FMCG и
торговля



Коммерческая
недвижимость



Строительство и
инфраструктура



Финансы и
страхование



IT и
телекоммуникация



Энергетика и
ВИЭ



СХ и
переработка



Деревообработка и
мебель



Фармацевтическая
отрасль



Строительные
материалы



Машиностроение и
металлообработка



Химия и
нефтехимия



СВЯЗЬ С НАМИ

Елена Минич, руководитель отдела исследований и аналитики

e.minich@uniter.by

Иван Осипов, СМО, CDO, BI, дизайн и архитектура данных и аналитики

i.osipov@uniter.by



ЗАО Инвестиционная компания ЮНИТЕР

Беларусь, Минск, ул. Мясникова 70
3 этаж

Сайт: <https://uniter.by>

Email: uniter@uniter.by

Tableau: public.tableau.com

