

*Иглесиас Луса Франсиско*

студент

ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов»

г. Москва

## **ОБЗОР СЕТЕВОГО РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ «ФАСТ-ФУД»**

*Аннотация:* в статье рассматривается динамика развития рынка быстрого питания, проводится анализ статистических данных более чем 10 стран мира.

*Ключевые слова:* общественное питание, Фаст-фуд, быстрое питание.

Быстрое питание, пищевой продукт быстрого приготовления, фаст-фуд (англ. fast «быстрый» и food «пища») – питание с уменьшенным временем употребления и приготовления пищи, с упрощёнными или упразднёнными столовыми приборами или вне стола [3]. Преимуществом этих блюд является быстрота приготовления и употребления, дешевизна. С одной стороны, это находит отклик у потребителя (особенно в крупных городах с насыщенным ритмом жизни). С другой стороны, такая пища очень технологична, что позволяет сетям фаст-фуд быстро развиваться. Не последнюю роль играет агрессивная реклама в различных СМИ. И несмотря на то, что эксперты в области здравоохранения утверждают, что частое употребление фаст-фуда крайне опасно для здоровья, современные условия труда, а также отсутствие времени, делают фаст-фуд выбором множества людей.

Система быстрого питания распространена во многих странах – это совокупность кафе, закусочных и т. п., рассчитанных на быстрое обслуживание большого потока посетителей (предполагается, что между приготовлением и продажей не должно пройти больше десяти минут).

В 1920 году в США появляются первые местные гамбургеры. В 1937 году братья Дик и Мак Макдональд открывают небольшой ресторан в Калифорнии, с

целью обслуживания за несколько минут заказов от большой группы людей, которые должны были успеть поесть в ограниченное время. Профиль клиента на тот момент был следующий: неквалифицированные рабочие с низким уровнем зарплаты. В 1948 году у них появляются бумажные упаковки и коробочки для гамбургеров, в связи с этим необходимость в официантах отпадает, и они переходят на самообслуживание. Еда теперь обходится дешевле, обслуживание осуществляется быстрее. В 1960 годах братья открыли сотни ресторанов «McDonald's» во всех штатах. А в 1971 году компания открыла рестораны в Германии, Австралии и Японии. Сейчас компания «McDonald's» открывает новый ресторан в среднем каждые 8 часов.

Объем рынка быстрого питания в мире по данным 2009 года составлял 144 600 млн. евро. Это означает рост более чем на 20%, начиная с 2005 года, когда размер этого рынка был 119 800 млн. евро. Средний годовой рост в эти годы был 4,8%. Эти данные основаны на показателях, зарегистрированных в следующих странах: Канада, Мексика, США, Аргентина, Бразилия, Чили, Колумбия, Венесуэла, Бельгия, Дания, Франция, Германия, Италия, Нидерланды, Норвегия, Испания, Швеция, Великобритания, Чехия, Венгрия, Польша, Румыния, Россия, Украина, Австралия, Китай, Индия, Япония, Сингапур, Южная Корея и Тайвань [4].

Америка – континент, на котором на фаст-фуд тратят больше всего денег, поскольку на Америку приходится 47% мирового потребления фаст-фуд. Азиатско -Тихоокеанский регион потребляет 36%, в то время как Европа может похвастаться лишь 17% потребления этой пищи.

Таблица

	2006	2007	2008	2009	2010	Всего (%)	ВВП (%)	Изменения (06–10)
Германия	3.854	4.019	4.159	4.302	4.452	3,08%	0,18%	15,52%
Австралия	1.580	1.650	1.718	1.788	1.857	1,28%	0,20%	17,56%
Бразилия	4.099	4.390	4.990	4.992	5.299	3,66%	0,35%	29,29%
Канада	3.412	3.535	3.689	3.838	3.971	2,75%	0,34%	16,39%
Китай	13.056	14.773	16.521	18.017	19.657	13,59%	0,45%	50,55%
США	46.500	49.300	51.300	51.400	51.800	35,82%	0,35%	11,40%

Испания	810	856	807	956	1.004	0,69%	0,10%	23,86%
Франция	3.998	4.235	4.424	4.618	4.813	3,22%	0,24%	20,38%
Индия	4.198	4.848	5.374	6.157	6.713	4,64%	0,62%	59,92%
Италия	1.571	1.641	1.694	1.755	1.809	1,25%	0,12%	15,14%
Япония	21.230	21.314	21.937	21.457	21.529	14,89%	0,53%	1,41%
Мексика	4.008	4.279	4.550	4.724	4.941	3,42%	0,65%	23,29%
Великобритания	4.933	5.174	5.384	5.615	5.851	4,05%	0,34%	18,60%
Весь мир	126.100	133.700	140.200	144.600	149.300	NA	NA	18,40%

Эти тринадцать стран потребляют 89,13% от общего потребления фаст-фуда в мире. Три страны, в которых уровень потребления быстрого питания является наибольшим: США – 51.800 млн. евро, Япония – 21.529 млн. евро и Китай – 19.657 млн. евро. Это означает, что в США, в стране, в которой родилась эта отрасль процент потребления быстрой еды составляет более 35% от мирового потребления, и это почти в два с половиной раза больше, чем в Японии, второго по величине потребителя и в 2,6 раза больше, чем в Китае. Представляется весьма интересным тот факт, что среди пяти крупнейших потребителей находятся три таких азиатских страны, как Япония, Китай и Индия. Китай и Индия также занимают лидирующие позиции в том, что касается количества сделок, зарегистрированных в секторе фаст-фуда – это 69.315 и 57.005 миллионов, соответственно, 58,45% всех транзакций в мире. США, который лидировал в таблице с расходами в евро (при условии почти 36% от общего числа в мире), находится на третьей позиции с 40.800 миллионов транзакций (почти 19% от общего мирового объема).

Фаст-фуд в России на сегодняшний день является наиболее развитым форматом на рынке общественного питания. На данный сегмент приходится более 30% всех сетевых ресторанов в РФ.

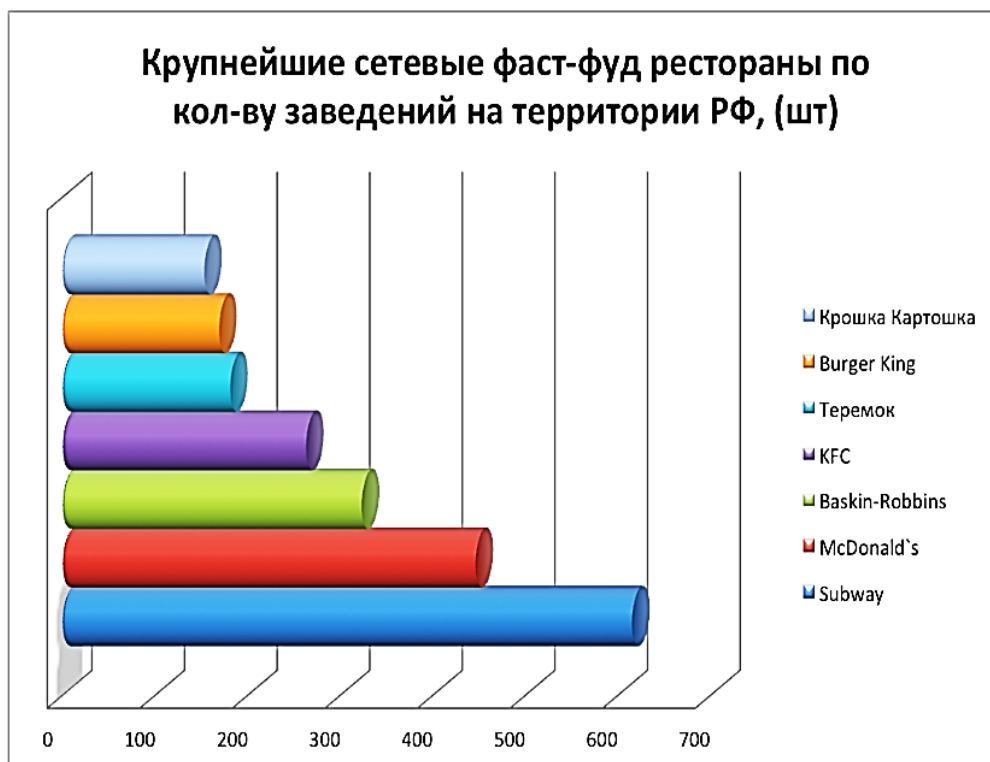


Рис. 1. 2012–2013 гг., опрос 100 тыс.+

По данным 2014 года в России работают около 100 фаст-фуд операторов, под управлением которых функционируют более 3 800 сетевых ресторанов. И преобладание фаст-фуд сегмента абсолютно обосновано. Уже который год рынок быстрого питания проявляет действительно необычайные темпы роста. С 1 апреля 2013-го года по конец апреля 2014-го, около половины всех открывшихся ресторанов представляли собой фаст-фуд заведения. За период с 2012-го года по 2014-ый год было открыто более 1 480 фаст-фуд заведений [2].

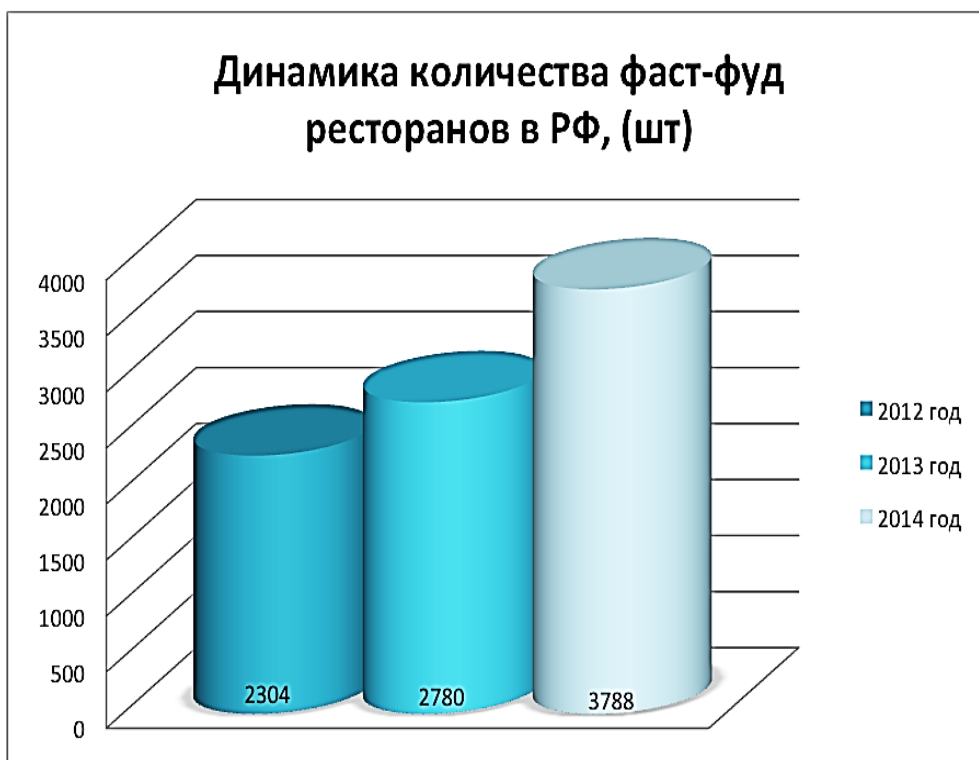


Рис. 2

Вместе с тем, вследствие развития рынка франчайзинга, роста сетей и расширения в регионы, крупные международные фаст-фуд компании начинают отодвигать в сторону российские проекты.

Такие сети как «Крошка Картошка» и «Теремок», даже с учетом их ориентированности на традиционные русские блюда, уступают место мировым лидерам фаст-фуда, таким как McDonald's. Ресторан McDonald's занимает прочные позиции на рынке и насчитывает на сегодняшний день более 520 ресторанов на территории России. Он уже несколько лет занимает первые строчки рейтинга, как наиболее известный бренд и наиболее посещаемый ресторан быстрого питания.

Сетевой рынок быстрого питания в РФ обладает огромным потенциалом, даже несмотря на довольно быстрые темпы развития за последние 4–5 лет. Число фаст-фуд заведений на душу населения в России всё ещё намного меньше, чем в США и западных странах.

### *Список литературы*

1. Datamonitor [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.datamonitor.com](http://www.datamonitor.com)
2. Российский рынок быстрого питания (фаст-фуда) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://research.rbc.ru/> (дата обращения: 17.07.2014).
3. Википедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)
4. Кризис и ресторанный бизнес: тяжелые времена или шанс для развития? Журнал «Питание и общество».
5. Марченко А. Современные тенденции развития торговли, общественного питания и рынка оборудования в России. – М., 2007.