NTech

Готовая еда: удобство меняет категорию

Как шаговая доступность, малая порция, перекус и кофе формируют рост одной из самых динамичных продуктовых категорий.

9 октября 2026 · Основано на гибридной потребительской панели NTech

Главная полка холодильника

Общий взгляд на рынок

Модель потребительской корзины, разработанная специалистами NTech и объединяющая детальные данные о продажах продуктов питания в основных федеральных сетях. ≈ 44% от розничного (B2C) рынка РФ

- Молочная продукция
- Мясная продукция
- Бакалея
- Кондитерские изделия
- Напитки
- ФРОВ
- Готовая еда
- ХБИ
- Снеки
- Рыбная продукция
- Корма для животных
- Консервация
- Пекарня
- Детское питание
- Яйцо
- Прочие продукты

> 250 000 SKU

≈ 19 000 брендов

> 9 трлн ₽ в год



ПЕРЕКОНСОЛИДАЦИЯ

В категории Готовая еда 35 тысяч товаров, но половину оборота делают только 484 SKU

Широкий выбор сочетается с компактным ядром, при этом ядро готовой еды шире, чем у большинства крупных сегментов.

34 966

товаров за год

широкий выбор

484

товаров дают 50% оборота в денежном выражении

1,4% ассортимента

2 637

товаров дают 80% оборота в денежном выражении

7,5% ассортимента

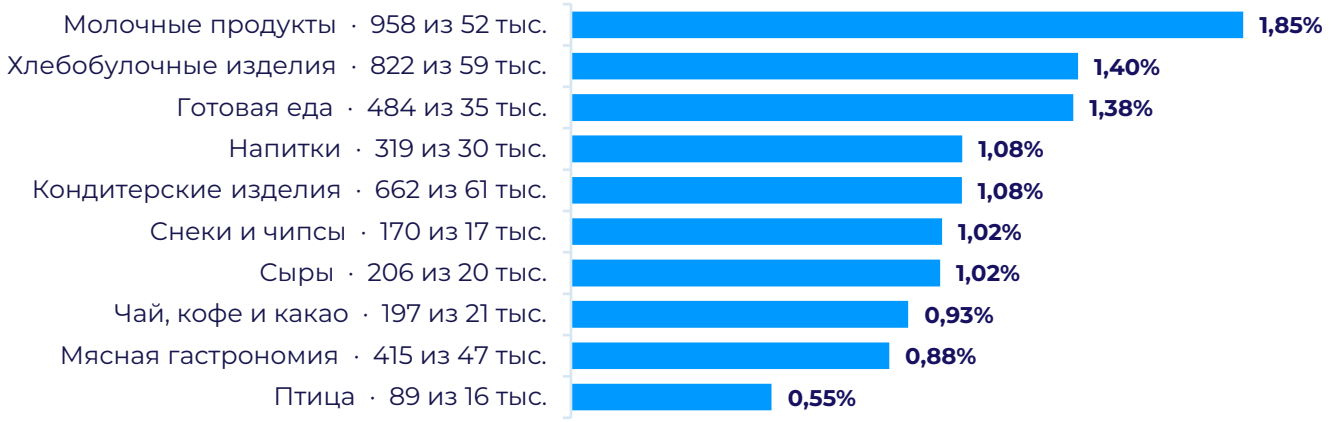
3-е из 10

место по ширине ядра среди крупнейших сегментов

уже ядро у 7 сегментов

Какая часть ассортимента даёт половину оборота сегмента

Доля SKU, формирующих 50% оборота, в общем числе товаров сегмента, 2025/26



Чтобы собрать половину оборота, в готовой еде нужно 1,4% ассортимента — больше, чем в напитках (1,1%), чае и кофе (0,9%) или мясной гастрономии (0,9%). **Категория меньше зависит от хитов**: оборот распределён шире, а у новых товаров больше шансов войти в ядро.

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

КЛАССИФИКАЦИЯ · УРОВЕНЬ 2

Готовая еда: восемь подкатегорий второго уровня

Подкатегории готовой еды: доля и динамика

СЕГМЕНТ	ДОЛЯ В ДЕНЬГАХ, 2025/26	ДОЛЯ В ОБЪЁМЕ (КГ), 2025/26	РОСТ В ДЕНЬГАХ, 2025/26 К 2024/25	РОСТ В ОБЪЁМЕ (КГ), 2025/26 К 2024/25
Салаты и закуски	26%	32%	+14%	+3%
Перекусы	**22%**	**18%**	**+48%**	**+45%**
Основные блюда	20%	14%	+16%	+3%
Снеки замороженные	12%	10%	+18%	+4%
Завтраки	9%	9%	+21%	+9%
Горячие и холодные напитки	**8%**	**14%**	**+62%**	**+28%**
Супы	**3%**	**3%**	**+27%**	**+18%**

Три самые быстрорастущие подкатегории — горячие и холодные напитки, перекусы, супы

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

КЛАССИФИКАЦИЯ · УРОВЕНЬ 3

QSR и перекусы: девять групп третьего уровня, все растут быстрее категории

Группы QSR и перекусов: доля и динамика

СЕГМЕНТ	ДОЛЯ В ДЕНЬГАХ, 2025/26	ДОЛЯ В ОБЪЁМЕ (КГ), 2025/26	РОСТ В ДЕНЬГАХ, 2025/26 К 2024/25	РОСТ В ОБЪЁМЕ (КГ), 2025/26 К 2024/25
Сэндвичи и бутерброды	21%	14%	+34%	+25%
Пицца	20%	22%	+47%	+38%
Сосиска в тесте	14%	19%	+46%	+42%
Онигири	**12%**	**8%**	**+74%**	**+83%**
Чебуреки	11%	22%	+62%	+53%
Суши и роллы	9%	4%	+29%	+29%
Шаурма, роллы, такос, пита, конвертики	7%	5%	+35%	+24%
Хот-доги	**3%**	**3%**	**+178%**	**+148%**
Бургеры	**3%**	**3%**	**+67%**	**+78%**

Все группы растут быстрее готовой еды в целом (25,9%); самые быстрые — хот-доги, онигири и бургеры

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

КЛАССИФИКАЦИЯ · УРОВЕНЬ 4

Онигири: группа продолжает формироваться — появляются новые начинки

Онигири по начинкам: доля и динамика

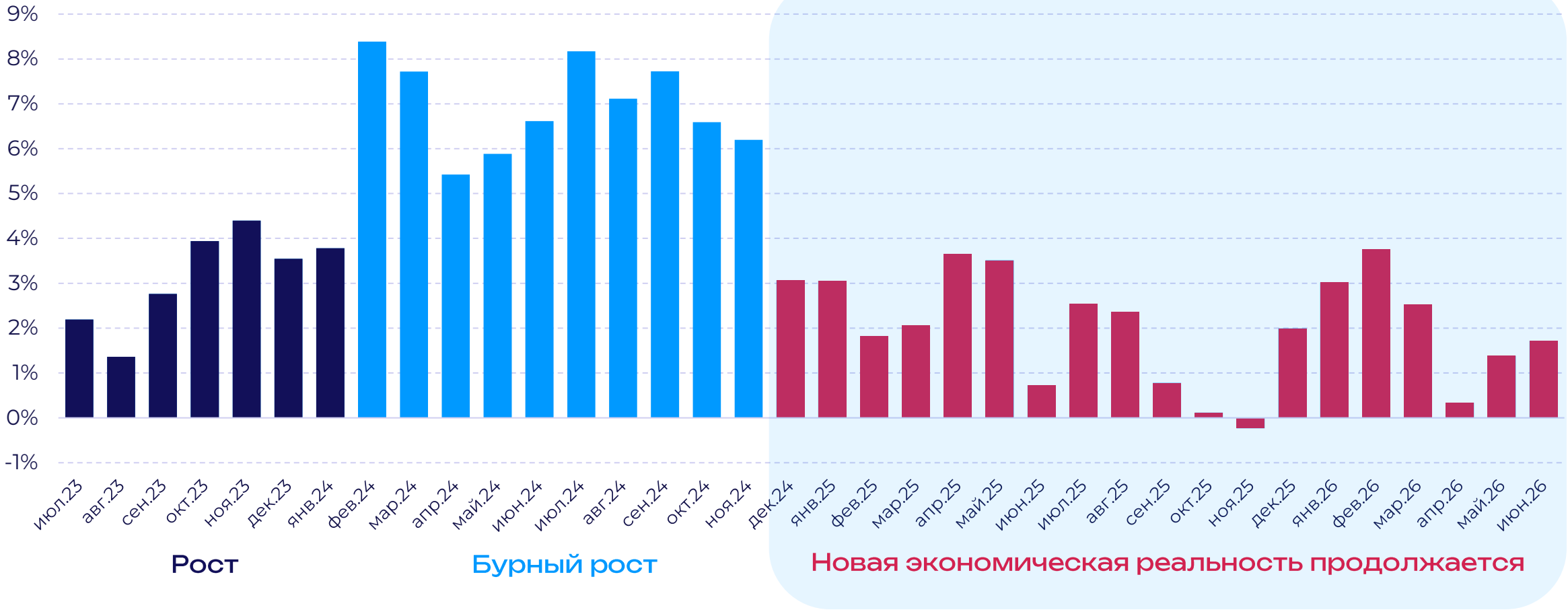
СЕГМЕНТ	ДОЛЯ В ДЕНЬГАХ, 2025/26	ДОЛЯ В ОБЪЁМЕ (КГ), 2025/26	РОСТ В ДЕНЬГАХ, 2025/26 К 2024/25	РОСТ В ОБЪЁМЕ (КГ), 2025/26 К 2024/25
Онигири с курицей	**20%**	**19%**	**+107%**	**+107%**
Онигири Филадельфия	**17%**	**16%**	**+177%**	**+192%**
Онигири с тунцом	15%	15%	+15%	+20%
Онигири прочие	15%	13%	+5%	+9%
Онигири с сурими	14%	13%	+87%	+87%
Онигири с креветкой	9%	11%	+129%	+142%
Онигири с лососем	5%	6%	+75%	+79%
Онигири с креветкой и сурими	**3%**	**3%**	**новинка**	**новинка**
Онигири с икрой	**2%**	**3%**	**новинка**	**новинка**

Девять подгрупп по начинке. Креветка и сурими и икра — новинки последнего года, курица и Филадельфия — крупнейшие

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

Динамика продаж

продуктов питания в натуральном выражении



Последние 3 года можно условно разделить на 3 периода

Указана динамика в физическом выражении к аналогичному месяцу предыдущего года.

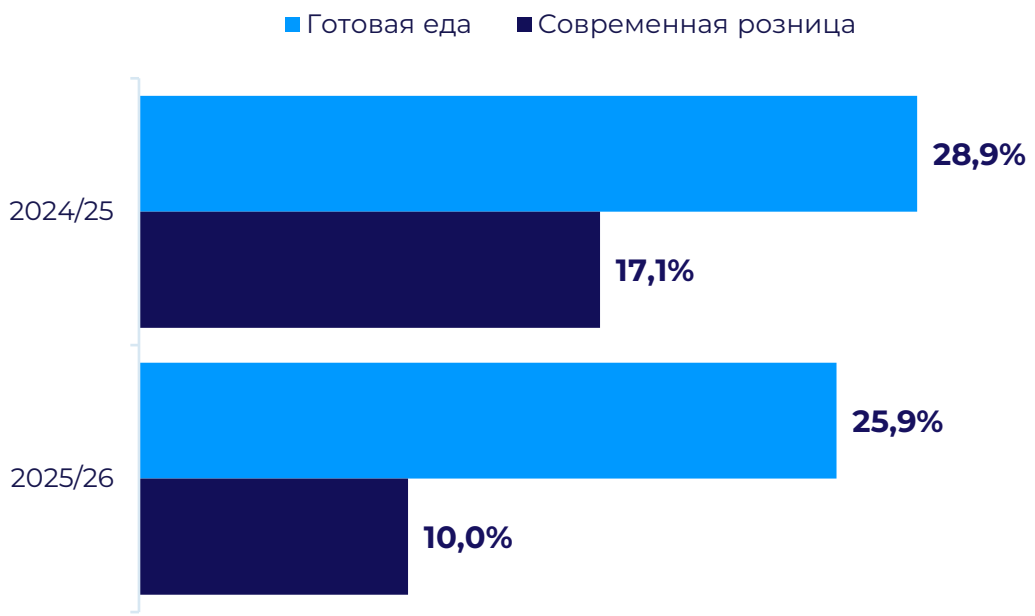
ТЕМП РОСТА В ДЕНЕЖНОМ ВЫРАЖЕНИИ

Готовая еда растёт в 2,6 раза быстрее современной розницы

В 2025/26 оборот готовой еды вырос на 25,9% против 10,0% у современной розницы в целом.

Темп роста оборота год к году

Рост оборота в деньгах: готовая еда против современной розницы в целом



Готовая еда на фоне современной розницы

ПОКАЗАТЕЛЬ	2024/25	2025/26
Рост готовой еды	+28,9%	+25,9%
Рост современной розницы	+17,1%	+10,0%
Опережение, раз	1,7	2,6

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

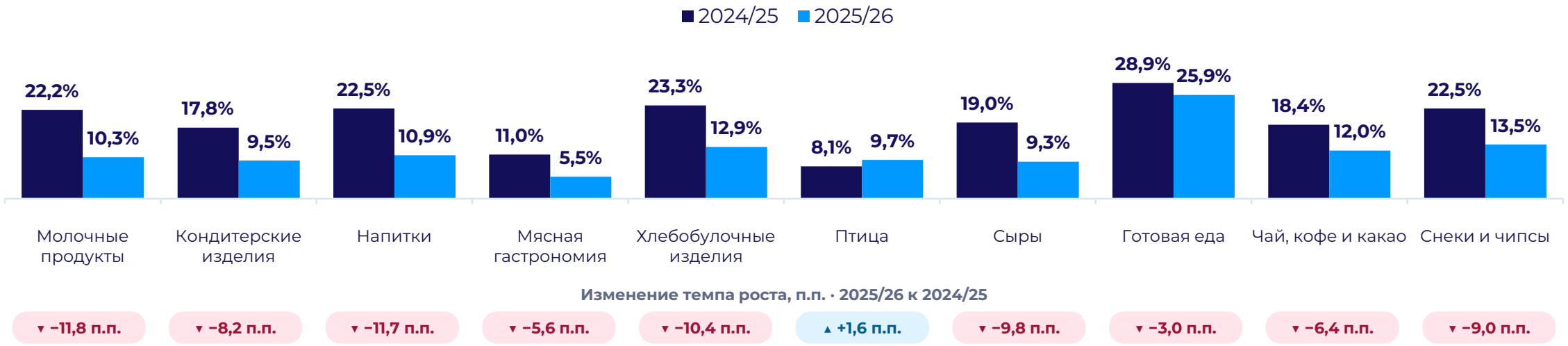
МЕСТО СРЕДИ КРУПНЫХ СЕГМЕНТОВ

Готовая еда занимает 8-е место по обороту и единственная в первой десятке сохраняет рост выше 20%

Темпы роста замедлились у девяти сегментов из десяти; у готовой еды — лишь на 3,0 п.п., и это снижение темпа, а не доли: его дают замедление роста цен и меньший вклад структуры (см. разложение роста).

Как растут десять крупнейших сегментов современной розницы

Темп роста оборота в деньгах, год к году; под осью — изменение темпа роста 2025/26 к 2024/25, п.п.



Среди десяти крупнейших сегментов современной розницы готовая еда — единственная, которая росла быстрее 20% в каждом из двух последних годовых периодов

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

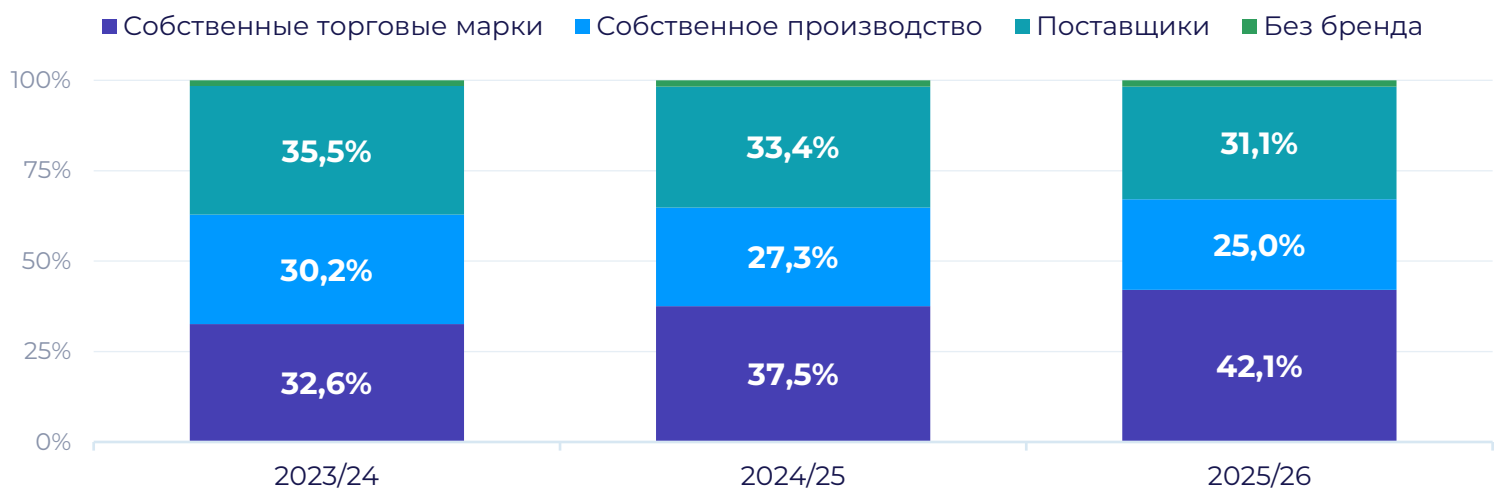
СТМ И СОБСТВЕННОЕ ПРОИЗВОДСТВО

Марки сетей — крупнейшая и самая быстрорастущая модель предложения

На собственные торговые марки приходится 42,1% оборота готовой еды в денежном выражении, на собственное производство сетей — 25,0%, на поставщиков — 31,1%.

Структура оборота по происхождению продукта

Доли оборота готовой еды



42,1%

Собственные торговые марки · доля 2025/26

▲ +41,2% за год

25,0%

Собственное производство · доля 2025/26

▲ +15,5% за год

31,1%

Поставщики · доля 2025/26

▲ +17,2% за год

Доля собственных торговых марок в денежном выражении выросла с 32,6% до 42,1% за два года, а их оборот за последний год прибавил 41,2%; собственное производство сетей теряет долю, но остаётся четвертью категории.

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

ГЕОГРАФИЯ: ТОП-3 РЕГИОНА

Три крупнейших региона дают 42% оборота готовой еды: Москва, Московская область и Санкт-Петербург

Москва — 21% категории, Московская область — 14%, Санкт-Петербург — 8%; быстрее всех из трёх растёт Московская область.

Три крупнейших региона, 2025/26. Динамика указана в денежном выражении

Москва

+16,9% оборот за год

685 ₽/кг	1 539 тыс. ₽	19,6%
средняя цена	на точку в месяц	доля QSR и перекусов

Крупнейший рынок — 75,5 млрд ₽ (21% категории), самая высокая цена килограмма и самые высокие продажи на точку; QSR и перекусы растут на 26,8% за год.

Московская область

+22,2% оборот за год

552 ₽/кг	682 тыс. ₽	18,3%
средняя цена	на точку в месяц	доля QSR и перекусов

Второй рынок — 49,5 млрд ₽ (14%); растёт быстрее столиц (+22,2%) при цене на 19% ниже московской; продажи на точку ниже в 2,3 раза.

Санкт-Петербург

+17,7% оборот за год

578 ₽/кг	1 145 тыс. ₽	18,8%
средняя цена	на точку в месяц	доля QSR и перекусов

Третий рынок — 27,7 млрд ₽ (8%); цена и продажи на точку между Москвой и областью; растёт на 17,7%, QSR и перекусы — на 28,2%.

На три региона приходится 42,5% оборота готовой еды в денежном выражении; остальная категория (57,5%) распределена по регионам с меньшими продажами на точку.

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

ПОТЕНЦИАЛ ДИСТРИБУЦИИ

Онигири с креветкой: самая высокая отдача с точки среди онигири при охвате вдвое ниже массовых начинок

Онигири с креветкой продаются в 19% магазинов панели и дают 6,2 тыс. ₽ и 63 упаковки на точку в месяц — больше любой другой начинки онигири и в 1,3 раза больше борща (самого популярного и максимально распространённого супа).

875 млн ₽
оборот онигири с креветкой в современной рознице
▲ 8,9 млн упаковок · ×2,3 за год

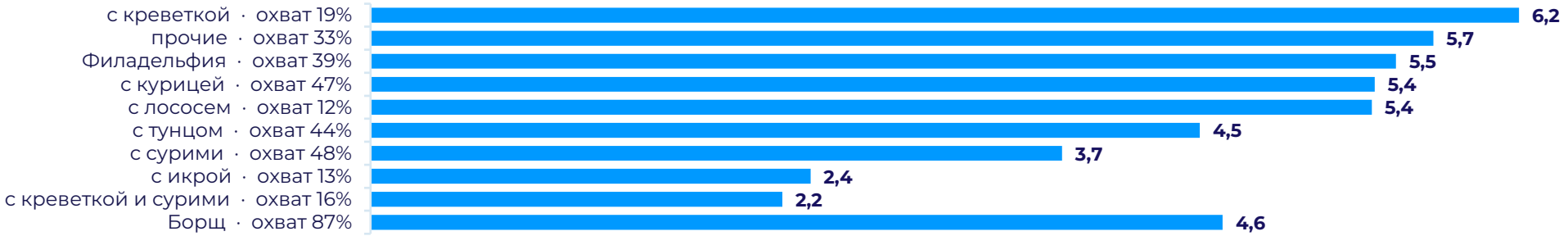
19%
магазинов панели с продуктом
у курицы, Филадельфии и тунца — 39–47%

6,2 тыс. ₽
на продающую точку в месяц
▲ ×1,3 к борщу

63
упаковок на точку в месяц
▲ ×1,8 к борщу

Продажи на продающую точку в месяц, тыс. ₽

МАТ июнь 2026; начинки онигири по по 4-ому уровню классификации; в подписи — охват магазинов панели в июне 2026



Креветка продаёт на точку больше всех начинок (6,2 тыс. ₽) при охвате 19%; массовые начинки — курица, Филадельфия, тунец — стоят в 39–47% магазинов при 4,5–5,5 тыс. ₽ на точку. Новые вкусы (креветка и сурими, икра) уже в 13–16% магазинов, но пока менее продуктивны.

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: МАТ июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с МАТ июнь 2025 и МАТ июнь 2024

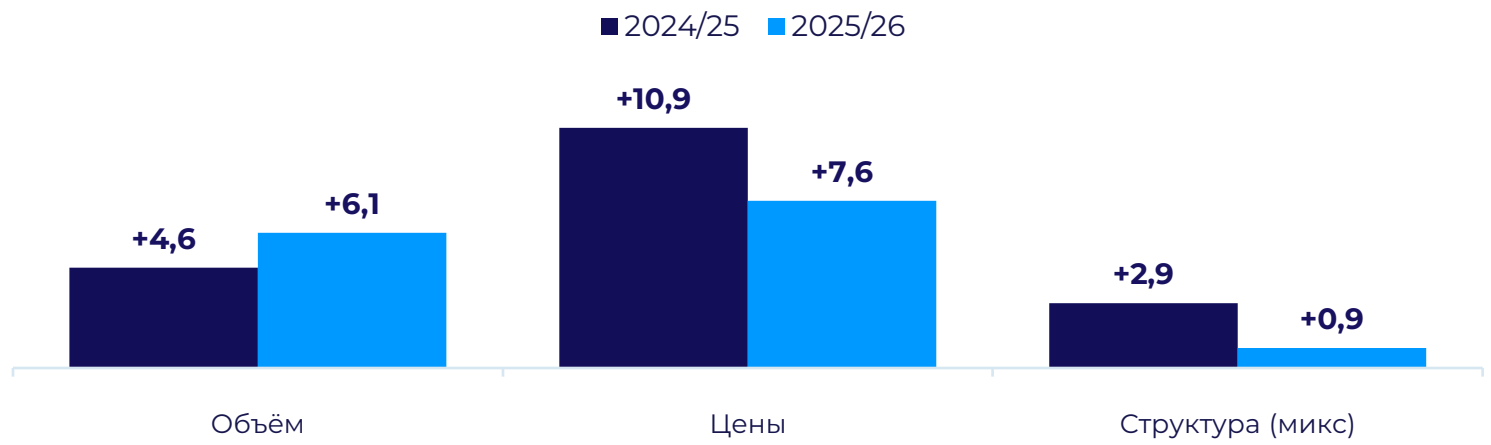
ОТКУДА БЕРЁТСЯ РОСТ

У тех же товаров рост даёт объём, а ценовой вклад замедляется

Сопоставимые товары (одни и те же в обоих периодах) в денежном выражении выросли на 14,6% за год: объём +6,1%, цены +7,6%, структура +0,9%.

Что обеспечило рост продаж сопоставимых товаров: вклад объёма, цен и структуры, %

Рост оборота сопоставимых товаров = объём + цены + структура (PVM); товар сопоставляется по сети и SKU



Вклад цен замедлился с +10,9% до +7,6%, вклад объёма вырос с +4,6% до +6,1%, структура добавила +0,9%. **Чистый рост цен тех же товаров** — +6,9% (годом ранее +10,1%), сдвиг структуры — +0,8%; вместе средняя цена килограмма выросла на 7,8%.

Что происходит с размером порции

Средняя порция уменьшилась с 297 до 266 г (-10,3% за год): число порций выросло на 27,3%, физический объём — на 14,2%. Среди тех же товаров перераспределение тоннажа в пользу более дорогих за килограмм даёт лишь +0,8% к средней цене (471 → 475 ₽/кг при старых ценах); основное удорожание — +6,9% — это рост цен самих товаров (475 → 508 ₽/кг).

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

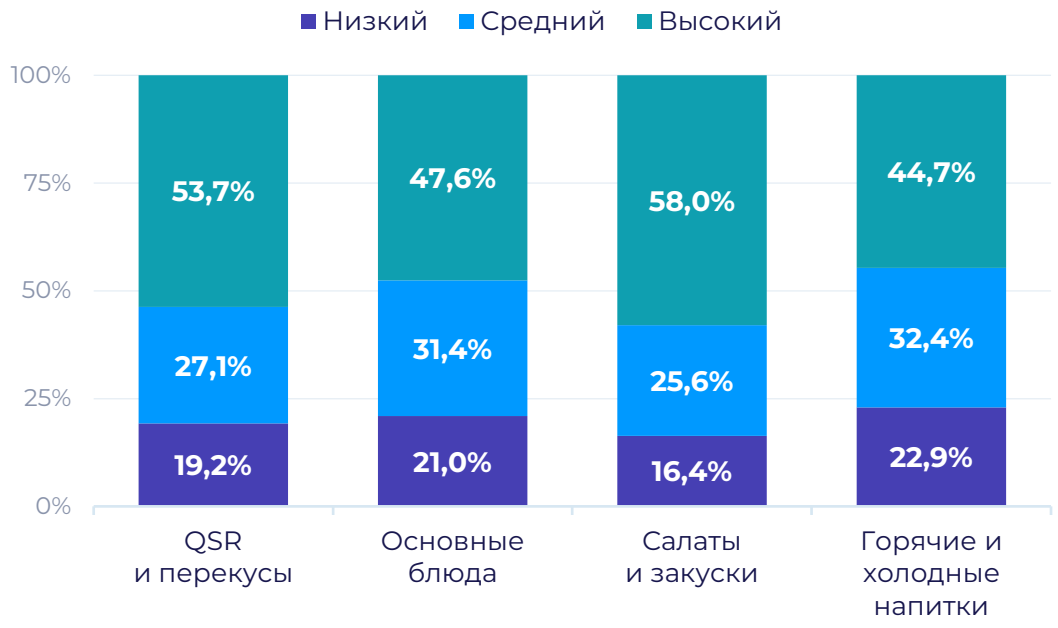
ЦЕНОВЫЕ СЕГМЕНТЫ

Цена не является ключевым фактором принятия решения о покупке: единого перехода в дешёвые товары нет

В основных блюдах, горячих и холодных напитках доля низкого ценового сегмента выросла, а в QSR и перекусах — снизилась или не изменилась.

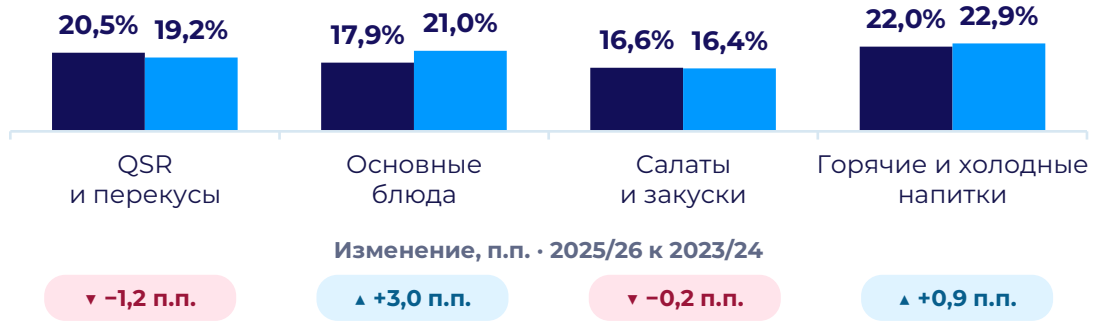
Структура оборота по ценовым сегментам, 2025/26

Доли оборота фасованных товаров в денежном выражении



Доля низкого ценового сегмента: единого сдвига нет

Доля в обороте в денежном выражении: левый столбик — 2023/24, правый — 2025/26



Изменение, п.п. · 2025/26 к 2023/24

QSR и перекусы	Основные блюда	Салаты и закуски	Горячие и холодные напитки
▼ −1,2 п.п.	▲ +3,0 п.п.	▼ −0,2 п.п.	▲ +0,9 п.п.

Границы ценовых сегментов, 2025/26

СЕГМЕНТ	НИЗКИЙ	СРЕДНИЙ	ВЫСОКИЙ
QSR и перекусы	до 467 ₽/кг	467–713 ₽/кг	от 713 ₽/кг
Основные блюда	до 610 ₽/кг	610–746 ₽/кг	от 746 ₽/кг
Салаты и закуски	до 242 ₽/кг	242–429 ₽/кг	от 429 ₽/кг
Горячие и холодные напитки	до 214 ₽/кг	214–317 ₽/кг	от 317 ₽/кг

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

ШАГОВАЯ ДОСТУПНОСТЬ

Магазины у дома — основной формат продаж готовой еды. Удобно и быстро — ключевые причины покупки

Их доля в денежном выражении выросла до 60,0%, а оборот увеличивается быстрее остальных крупных форматов.

Форматы: доля в обороте готовой еды

Доля в обороте в денежном выражении 2023/24 → 2025/26



Изменение доли, п.п. · 2025/26 к 2023/24

Магазин у дома	Гипермаркет	Супермаркет	Дискаунтер	Хард-дискаунтер
▲ +11,1 п.п.	▼ −7,3 п.п.	▼ −5,0 п.п.	▲ +1,7 п.п.	▼ −0,4 п.п.

Рост оборота готовой еды по форматам

Рост оборота в денежном выражении, 2025/26 к 2024/25



Рост смещается в повседневные сценарии покупки: магазины у дома прибавили 38,2% за год, гипермаркеты и супермаркеты — 7–8%; дискаунтеры растут быстро (+68,5%), но с малой базы (3,5% оборота), хард-дискаунтеры — 1,2% оборота.

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

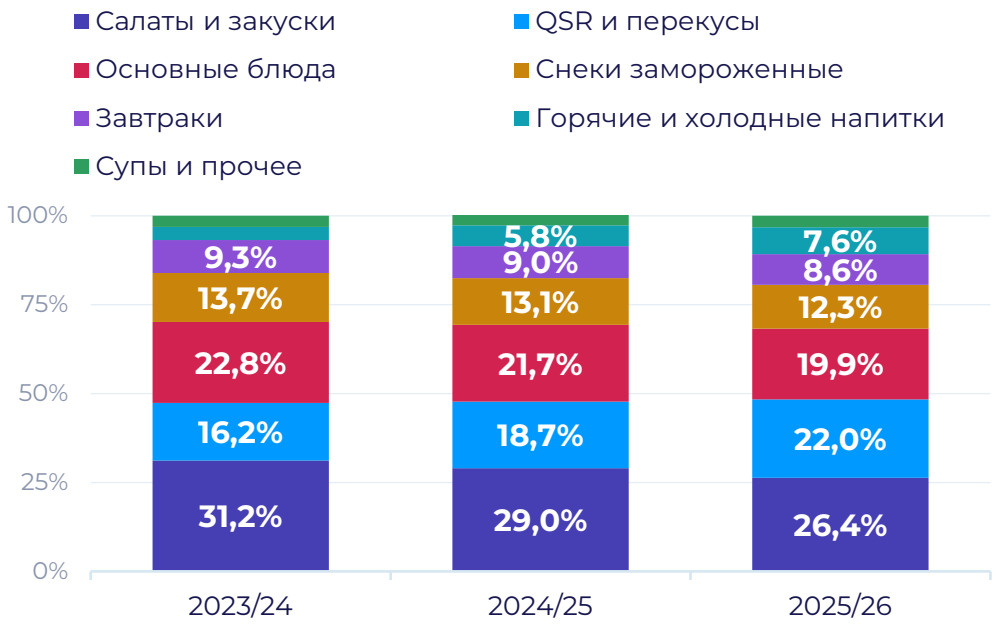
ПОДКАТЕГОРИИ

QSR и перекусы — самая быстрорастущая подкатегория: доля выросла с 16,2% до 22,0% и обогнала основные блюда

В 2025/26 на QSR и перекусы пришлось 22,0% оборота готовой еды против 19,9% у основных блюд; крупнейшая подкатегория— салаты и закуски (26,4%), доля горячих и холодных напитков выросла с 3,7% до 7,6%.

Структура оборота по подкатегориям

Доли оборота готовой еды в деньгах



Рост оборота подкатегорий, 2025/26 к 2024/25

Рост в деньгах; в подписи — доля подкатегории в обороте готовой еды, 2025/26



70% оборота QSR и перекусов проходит через магазины у дома (против 60% у всей готовой еды); два года назад — 52%. Подкатегория растёт на 48,3% в деньгах и на 47,6% в порциях; салаты, закуски и основные блюда — медленнее всех.

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

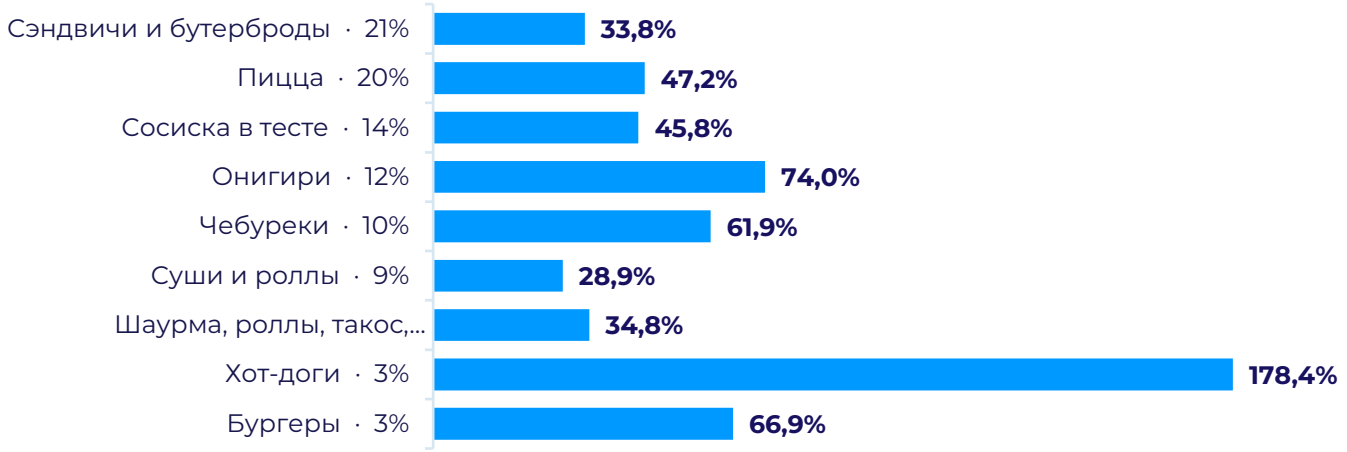
QSR И ПЕРЕКУСЫ

QSR и перекусы — главный драйвер роста категории, при этом меняется их внутренний микс

Подкатегория занимает 22,0% категории и выросла на 48,3% за год.

Группы QSR и перекусов: рост оборота 2025/26 к 2024/25

В подписи — доля группы в обороте подкатегории, 2025/26



79,1 млрд ₽ ▲ +48,3% за год

оборот QSR и перекусов в современной рознице

910 млн ▲ +47,6% за год

порций за год в современной рознице

87 ₽ ▲ +0,5% за год

средняя цена порции

136 г ▼ -2,0% за год

средний вес порции

Четыре группы — сэндвичи и бутерброды, пицца, сосиска в тесте и онигири — дают 67% оборота подкатегории. Быстрее всех растут хот-доги (+178,4%, средняя порция 109 ₽), онигири (+74,0%, 111 ₽) и бургеры (+66,9%, 108 ₽).

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

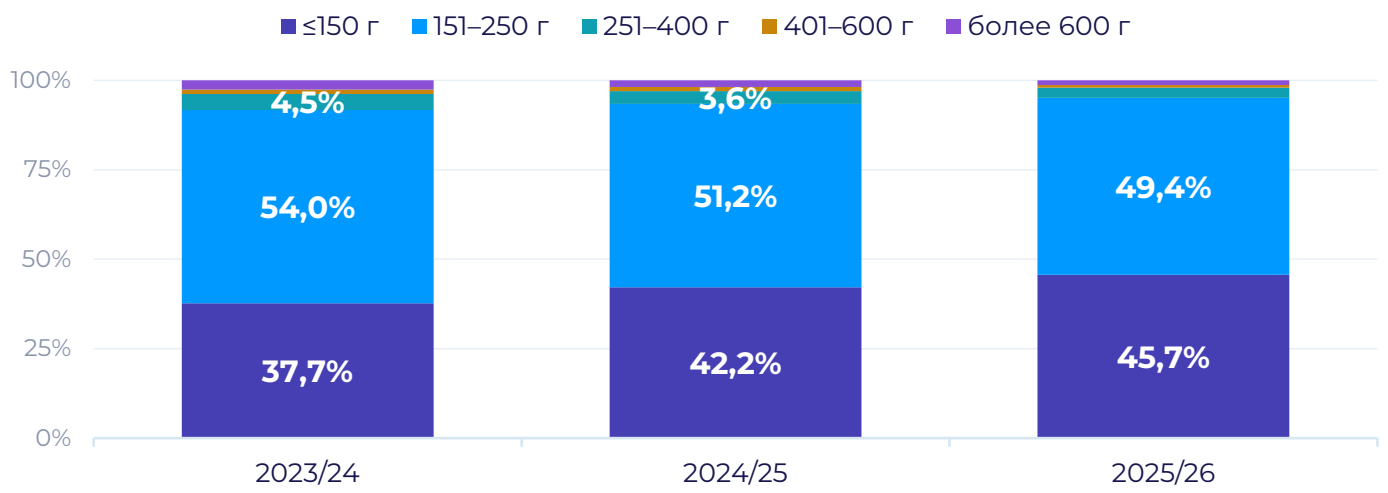
ЕДА В РУКУ

«Еда в руку» — в QSR и перекусах малая упаковка растёт быстрее и забирает долю у среднего формата

Доля упаковок до 150 г в фасованных QSR и перекусах поднялась с 37,7% до 45,7% за два года.

QSR и перекусы смещаются в упаковки до 150 г

Доли оборота фасованных товаров подкатегории в денежном выражении



104 г

средняя малая упаковка

62 ₽ за порцию

178 г

средний формат

121 ₽ за порцию

+52,9%

рост числа малых упаковок за год

▲ быстрее всех диапазонов

Оборот QSR и перекусов в упаковках до 150 г вырос на 170,7% за два года. Такая динамика соответствует сценарию **«еда в руку»**.

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

09 · ДВА ИЗМЕНЕНИЯ СТРУКТУРЫ

Покупка готовой еды становится ближе, а порция — компактнее

В структуре продаж одновременно усиливаются два основных тренда: шаговая доступность и формат «еда в руку».



Шаговая доступность

Доля магазинов у дома выросла с 48,9% до 60,0% оборота готовой еды за два года.



Еда в руку

В QSR и перекусах доля упаковок до 150 г выросла с 37,7% до 45,7% оборота фасованных товаров за два года.

КОФЕ У КАССЫ: МАСШТАБ

Готовые горячие напитки — ещё один значимый драйвер роста категории

Оборот готовых горячих напитков вырос на 68,0% за год и в 3,7 раза за два года; это 6,8% всей готовой еды.

24,3 млрд ₽

оборот готовых горячих напитков в современной рознице

▲ +68,0% за год

313 млн

стаканов за год в современной рознице

▲ +53,3% за год

78 ₽

средняя цена стакана

▲ +9,6% за год

6,8%

доля в готовой еде в денежном выражении

▲ +3,8 п.п. за два года

КОФЕ — ЛИДЕР: ДВА ИЗ ПЯТИ САМЫХ ПРОДАВАЕМЫХ ТОВАРОВ ВСЕЙ ГОТОВОЙ ЕДЫ — СТАКАНЫ КОФЕ

Самый продаваемый товар группы в 2025/26 — капучино «Пятёрочка Кафе» в большом стакане: **4,7 млрд ₽,** 52 млн стаканов, рост в 2,5 раза за год. Второе и третье места — латте того же бренда (4,3 млрд ₽) и американо (2,9 млрд ₽).

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

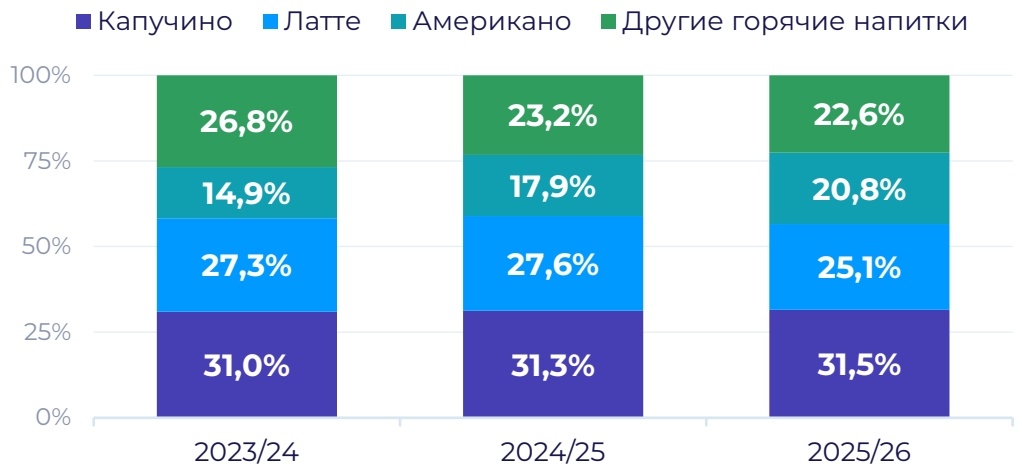
КОФЕ У КАССЫ: СТРУКТУРА

Капучино, латте и американо — 77,4% оборота готовых горячих напитков; американо растёт быстрее всех

За два года доля американо выросла с 14,9% до 20,8%, доля латте снизилась с 27,3% до 25,1%.

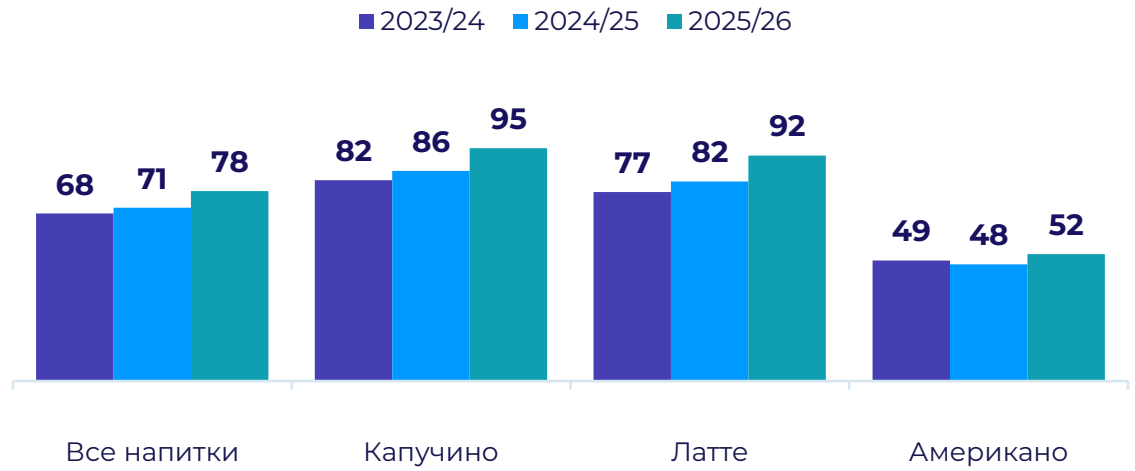
Что в стакане: структура оборота

По названиям товаров; доли оборота готовых горячих напитков в деньгах



Средняя цена стакана, ₽

Оборот / число стаканов; американо дешевле капучино почти вдвое



Капучино стабильно держит около трети оборота, латте немного уступает, а американо за два года прибавил 5,9 п.п. — быстрее двух лидеров.

Средний стакан подорожал с 68 до 78 ₽ за два года (+13%), капучино — с 82 до 95 ₽; американо держится на 48–52 ₽ и за счёт цены быстрее всех набирает долю.

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

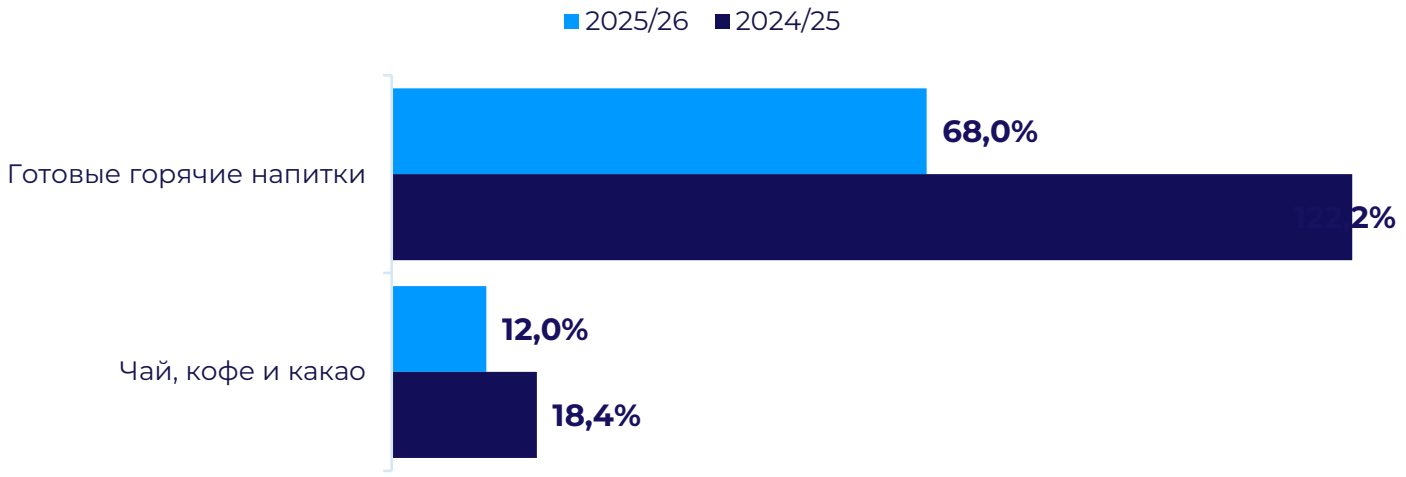
КОФЕ У КАССЫ: КОНТЕКСТ

Готовые горячие напитки растут значительно быстрее категории «Чай, кофе и какао»

За два года готовые горячие напитки сохраняют кратно более высокий темп роста.

Готовые горячие напитки растут быстрее соседней категории

Изменение оборота год к году в денежном выражении



24,3 млрд ₽

готовые горячие напитки в современной рознице

▲ +68,0% за год

309,3 млрд ₽

чай, кофе и какао в современной рознице

▲ +12,0% за год

В 2025/26 готовые горячие напитки выросли на 68,0%, а категория «Чай, кофе и какао» — на 12,0%.

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

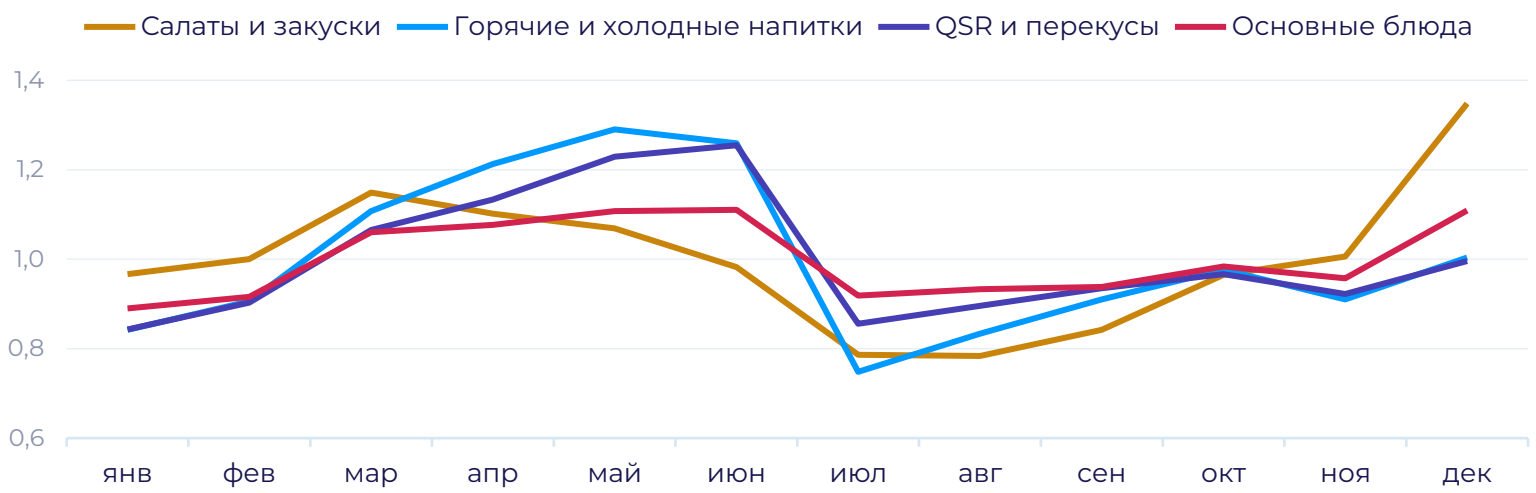
СЕЗОННОСТЬ

У каждой подкатегории свой пик продаж

Пики приходятся на разные месяцы: в общей массе – май/июнь, но у салатов и закусок — декабрь.

Четыре разных календаря спроса

Индекс 1,00 — средний месяц, среднее за три года



Салаты и закуски

Пик — дек: **1,35** Минимум — авг: **0,78**

Горячие и холодные напитки

Пик — май: **1,29** Минимум — июл: **0,75**

QSR и перекусы

Пик — июн: **1,25** Минимум — янв: **0,84**

Основные блюда

Пик — июн: **1,11** Минимум — янв: **0,89**

Пики приходятся на разные месяцы: салаты и закуски — в декабре, горячие и холодные напитки — в мае, QSR и перекусы — в июне, основные блюда — в июне.

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

СОВРЕМЕННАЯ ХОРЕКА

Холодные напитки могут стать вторым кофе: по модели фастфуда это около +11 % к обороту готовой еды

В фастфуде холодные напитки — 11 % оборота (40 стаканов на 100 бургеров). В современной рознице кофе уже работает по этой модели (34 стакана на 100 порций QSR и перекусов), холодные напитки — нет: 3 на 100 порций.

Структура продаж фастфуда, доля оборота

Доля оборота трёх фастфудов, без сервисных позиций

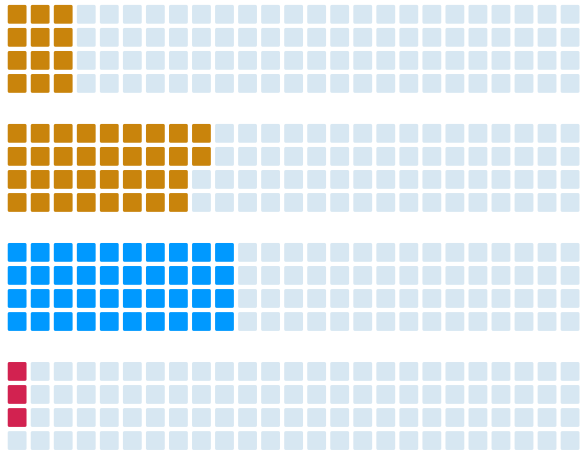


ЕСЛИ РОЗНИЦА ПОВТОРИТ МОДЕЛЬ ФАСТФУДА

× 15	**холодные напитки у кассы**	· 3 → 40 на 100 порций
+ 51 %	**к обороту QSR и перекусов**	· 910 млн × 40 % × 118 ₽
≈ + 11 %	**к обороту всей готовой еды**	· ориентир, не прогноз

Из 100 порций еды — с напитком

Квадрат — порция еды, закрашенные — с напитком; фастфуд — на 100 бургеров, розница — на 100 порций QSR и перекусов



Фастфуд · кофе
стаканов
12 из 100
по сетям — от 6 до 17

Розница · кофе
стаканов
34 из 100
модель уже работает

Фастфуд · холодные напитки
разливные, бутылочные, коктейли
40 из 100
9 из 10 — разливные

Розница · холодные напитки
все готовые холодные напитки
3 из 100
сейчас — морс и смузи

Напиток к еде — базовая механика фастфуда: 9 из 10 холодных напитков там — разливные. В рознице эту механику освоил только кофе; если холодные напитки у кассы выйдут на пропорцию фастфуда, QSR и перекусы прибавят около половины оборота, а вся готовая еда — около 11 %.

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

25 · КЛЮЧЕВЫЕ ВЫВОДЫ

Рост готовой еды складывается из шаговой доступности, компактной порции и ещё не исчерпанного покрытия

Пять выводов из данных панели NTech:

1 Категория сохраняет высокий темп

Оборот (в рублях) вырос на 25,7%, объём (в кг) — на 15,5%; рост всё меньше зависит от цены.

2 Покупка становится ближе

Магазины у дома увеличили долю до 60,0% и остаются самым быстрорастущим крупным форматом.

3 Порция становится меньше

Число порций растёт быстрее тоннажа, а малый формат QSR и перекусов забирает долю у среднего.

4 QSR, перекусы и кофе задают скорость

QSR и перекусы +48,3%, готовые горячие напитки +68,0%.

5 Рост ещё не закончен

Регионы, охват сильных продуктов и напиток к перекусу по модели фастфуда — пространство для развития.

NTech

Данные, которым доверяют

ГЛАВНАЯ ИДЕЯ

Следующий этап роста готовой еды — не бесконечное расширение ассортимента, а точное ядро продукта в удобном формате, доступное там, где возникает спрос.

Основано на гибридной потребительской панели NTech · Период: MAT июнь 2026 (июль 2025 — июнь 2026); сравнение с MAT июнь 2025 и MAT июнь 2024

Бонус-идея

Какой-то город за Уралом, 2027

Большая идея
в одном стакане



Концепция. Возможный сценарий.

Данные, которым доверяют

NTech

Данные, которым доверяют

Telegram

Всё самое интересное
на нашем канале

