



ТРЕНДЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕГМЕНТА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ И NORECA В БЕЛАРУСИ

Результаты исследования MASMI

Сентябрь 2025



МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ



Методология:

CAWI: онлайн-опрос
онлайн-опрос через панель



Целевая аудитория:

Мужчины и женщины в возрасте от 18 до 64 лет, постоянно проживающие в городах опроса



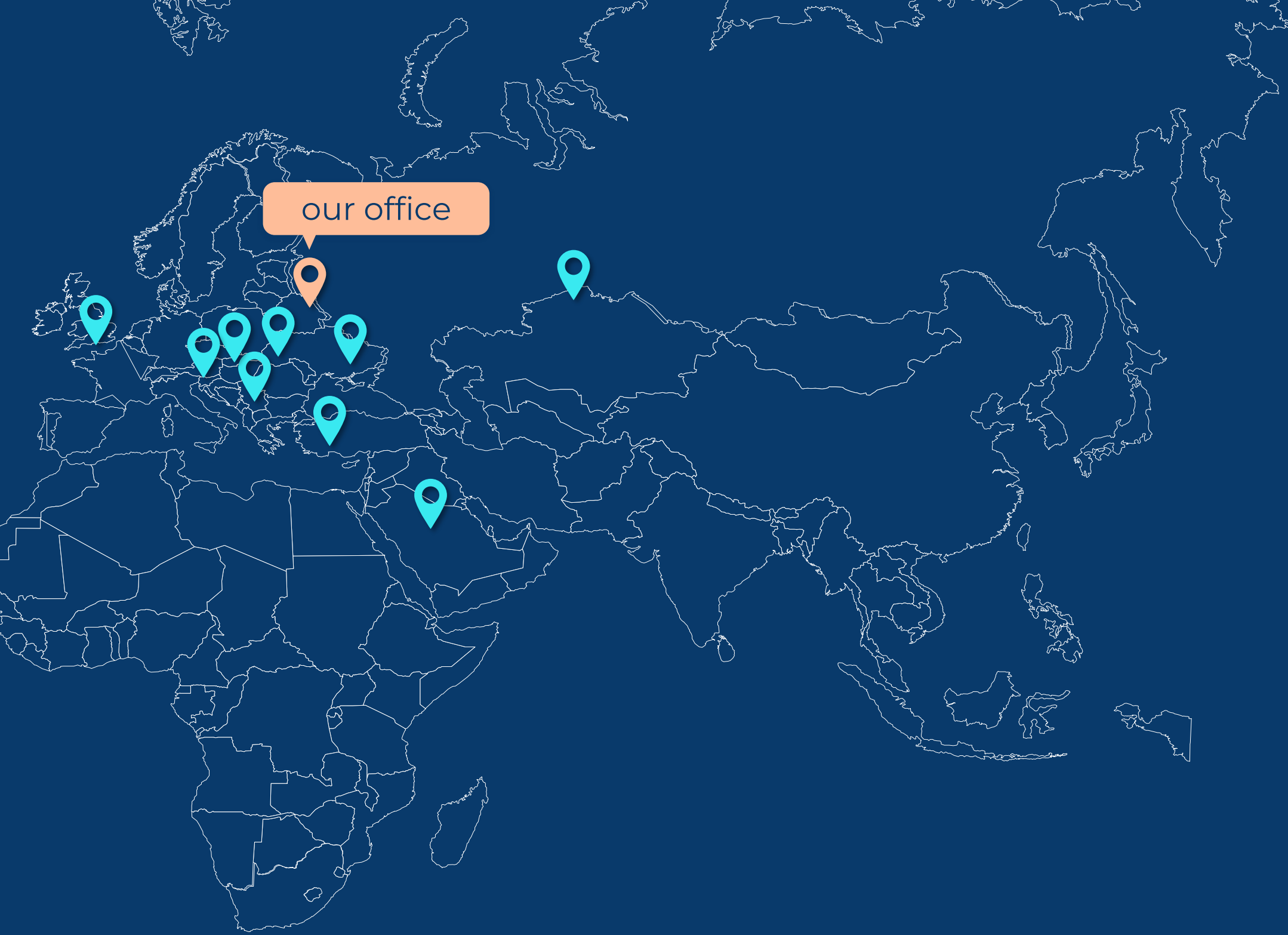
Размер выборки:

1000 интервью
Выборка пропорциональная,
репрезентативна всему
населению Беларуси по полу и возрасту



География:

- г. Минск,
- областные города
- население 100 тыс.+
- население 50-100 тыс.
- население менее 50 тыс.



MASMI

26 лет

в Беларуси

1999

2004
MRG

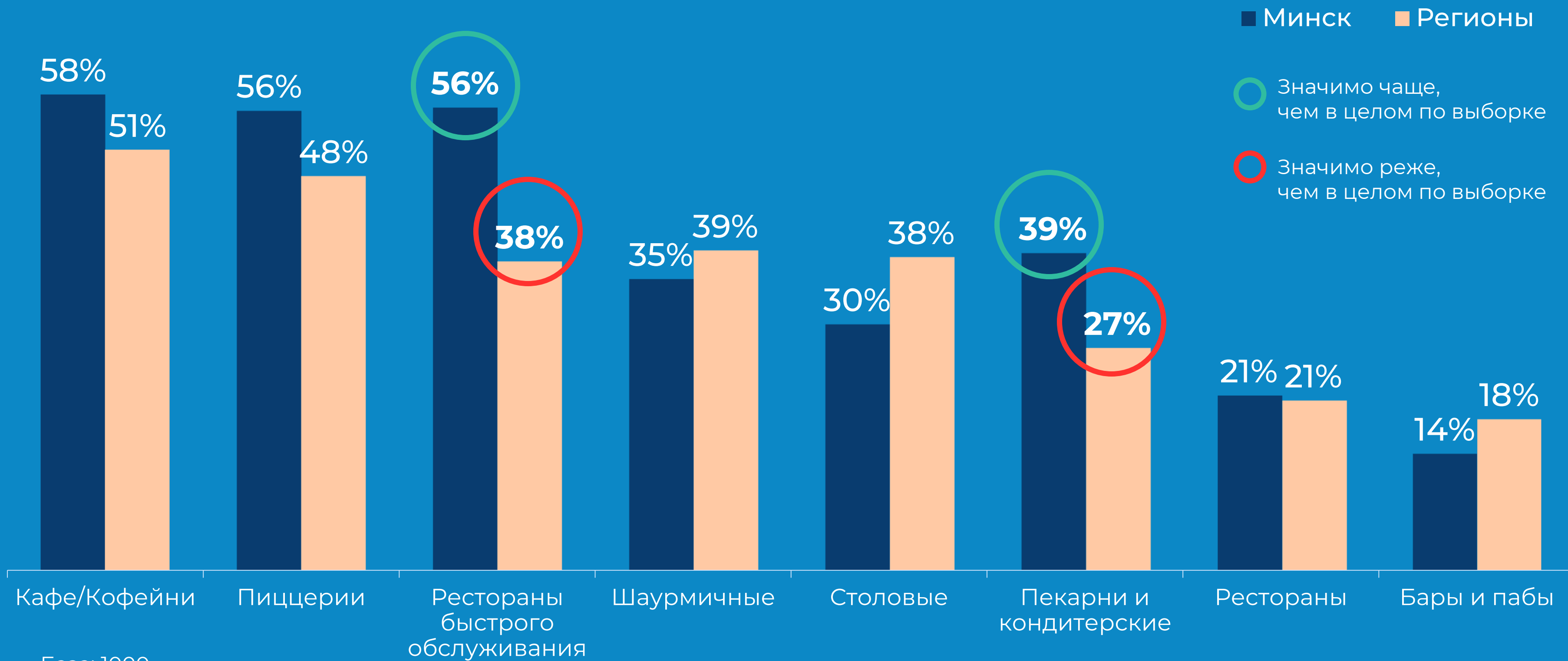
2002
ESOMAR

4 000 000
интервью

Посещение за последние 3 месяца



Посещение за последние 3 месяца



Посещение за последние 3 месяца



Изменение посещения за последние 2 года

■ Стали посещать реже ■ Стали посещать чаще



ЧАСТОТА ПОТРЕБЛЕНИЯ КОФЕ



База: 1000

65%

30%

■ Дома ■ Вне дома

1 раз в день

Несколько раз в день

Несколько раз в неделю

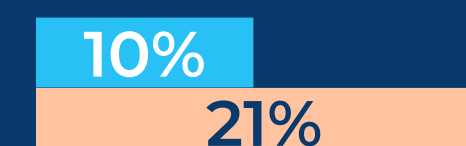
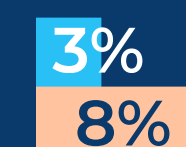
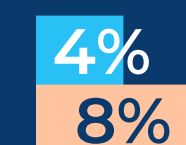
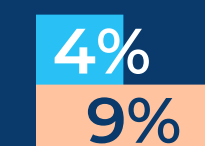
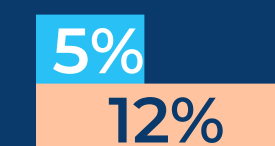
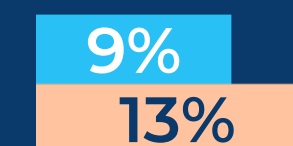
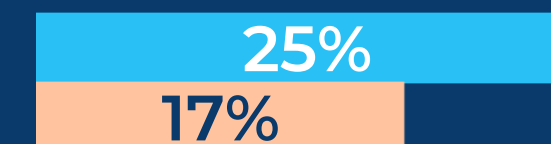
Реже, чем 1 раз в месяц

1 раз в 2-3 недели

1 раз в неделю

1 раз в месяц

Не потребляю



ФАКТОРЫ ВЫБОРА кофе или заведения, где его покупают



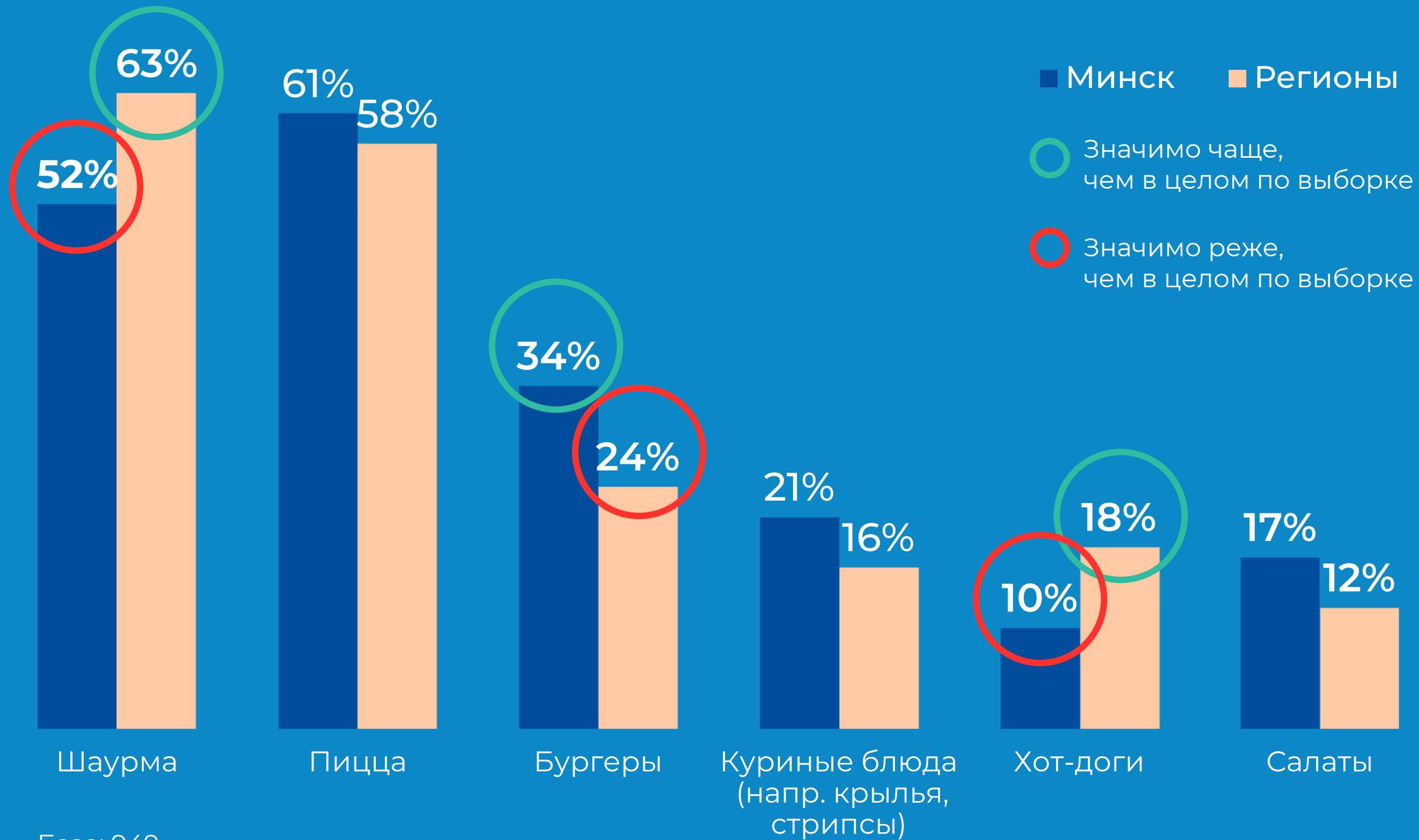
База: 1000



КАКИЕ БЛЮДА ПОКУПАЮТ ЧАЩЕ ВСЕГО

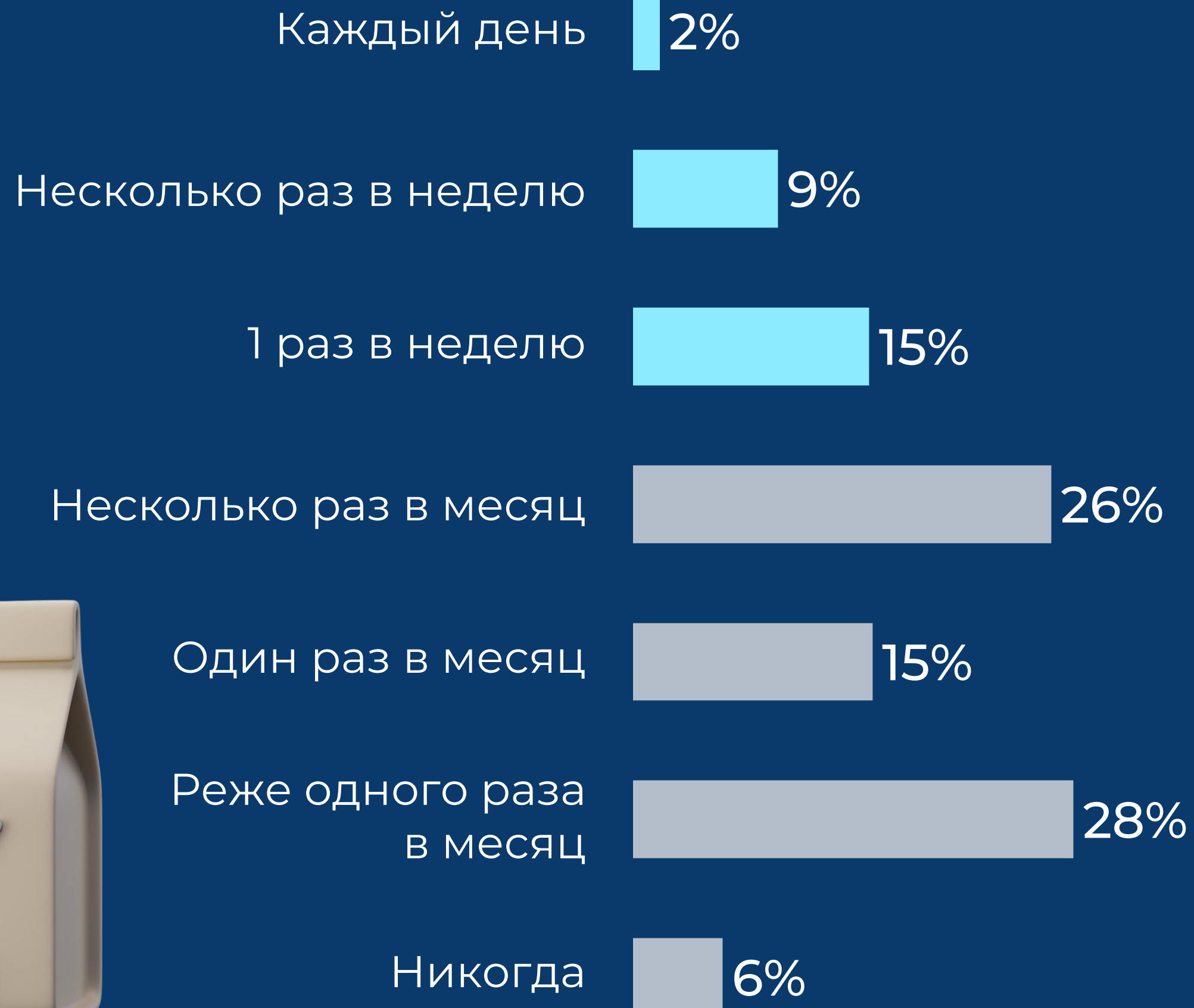


Какие блюда покупают чаще всего

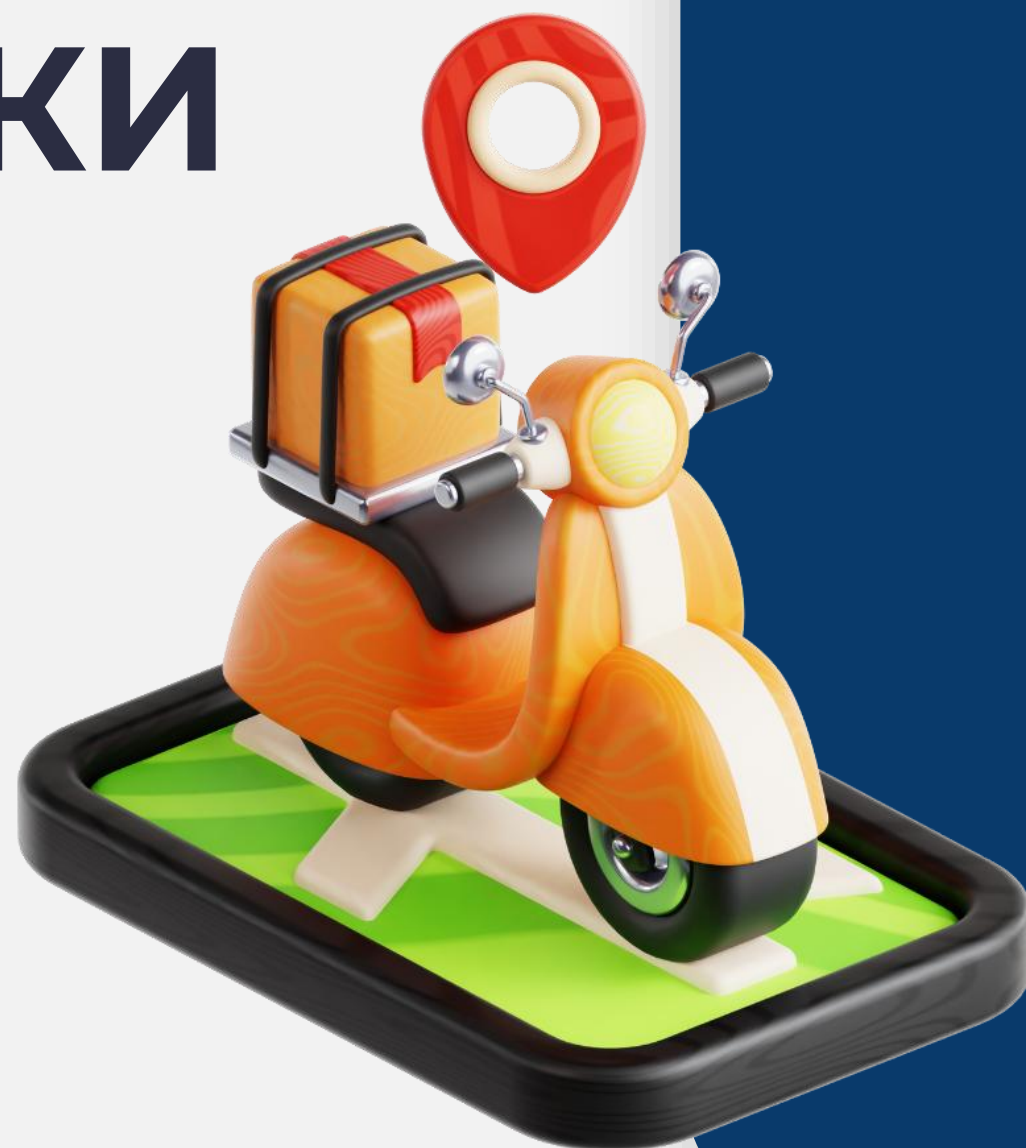


ЧАСТОТА ПОКУПКИ ЕДЫ ВНЕ ДОМА

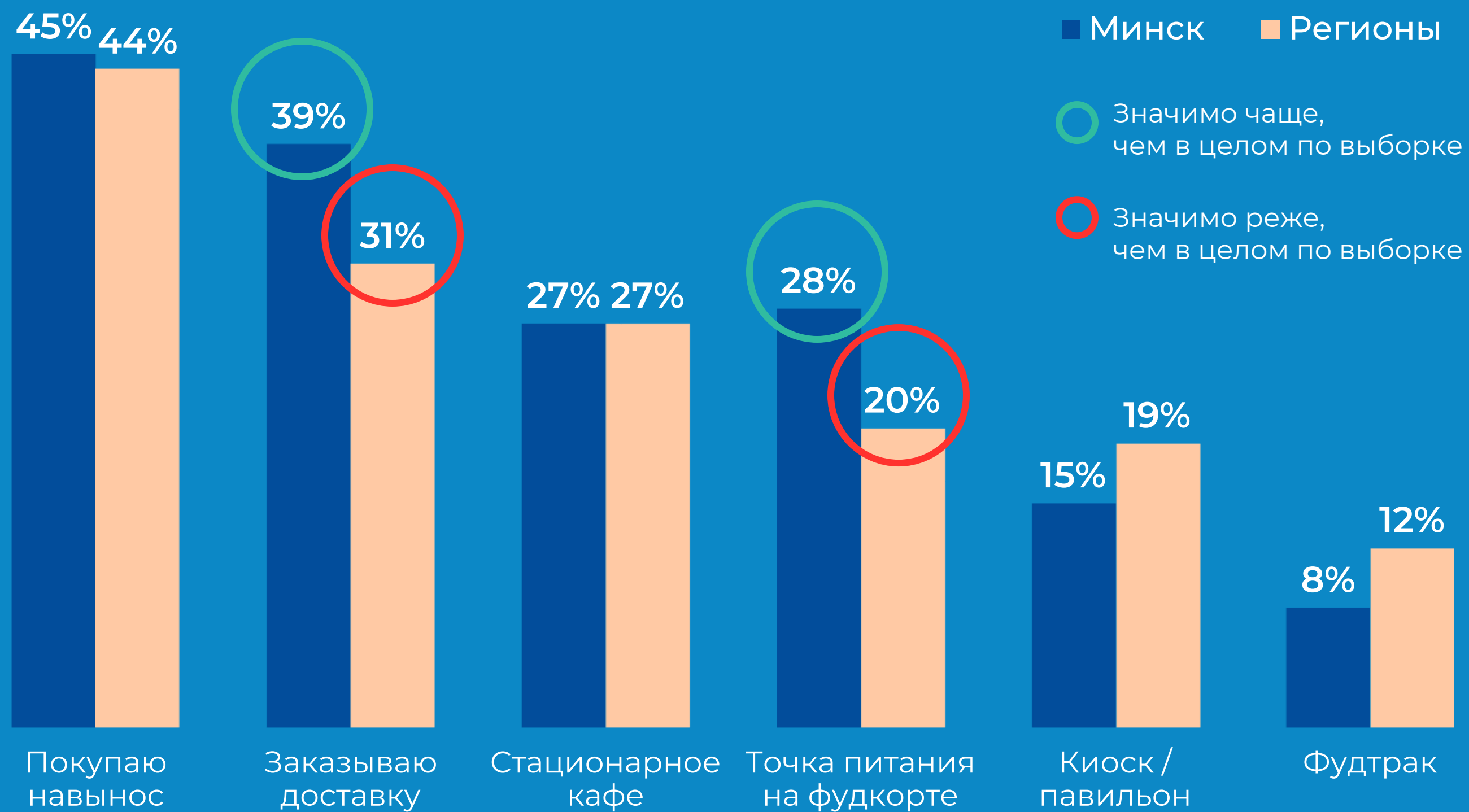
26%



МЕСТА ПОКУПКИ



МЕСТА ПОКУПКИ





ПОВОДЫ ДЛЯ ПОСЕЩЕНИЯ КАФЕ/РЕСТОРАНА



База: 1000

Встречи с друзьями 61%

Семейные праздники
и события 50%

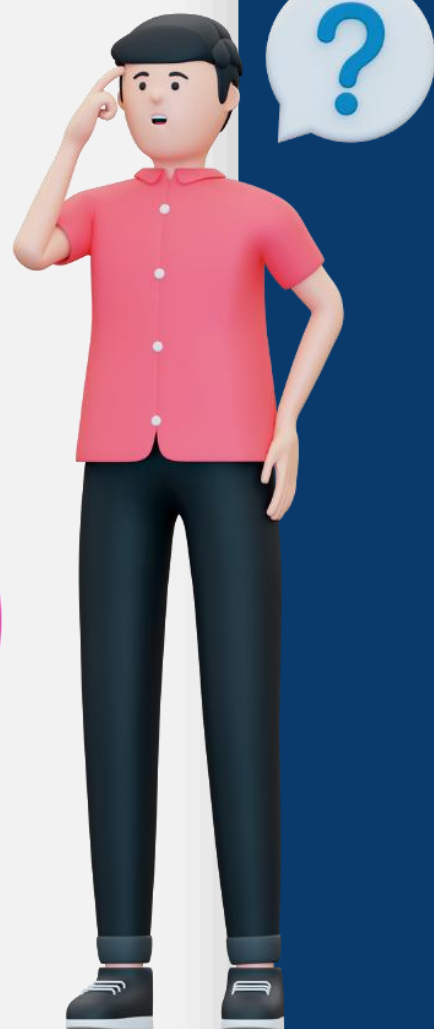
Повседневное питание 21%

Свидания
и романтические
встречи 20%

Деловые встречи 7%

Другое 4%

Факторы выбора заведения общественного питания. ТОП 10



Факторы выбора заведения общественного питания



Факторы, которые могут отпугнуть при выборе заведения. ТОП 10



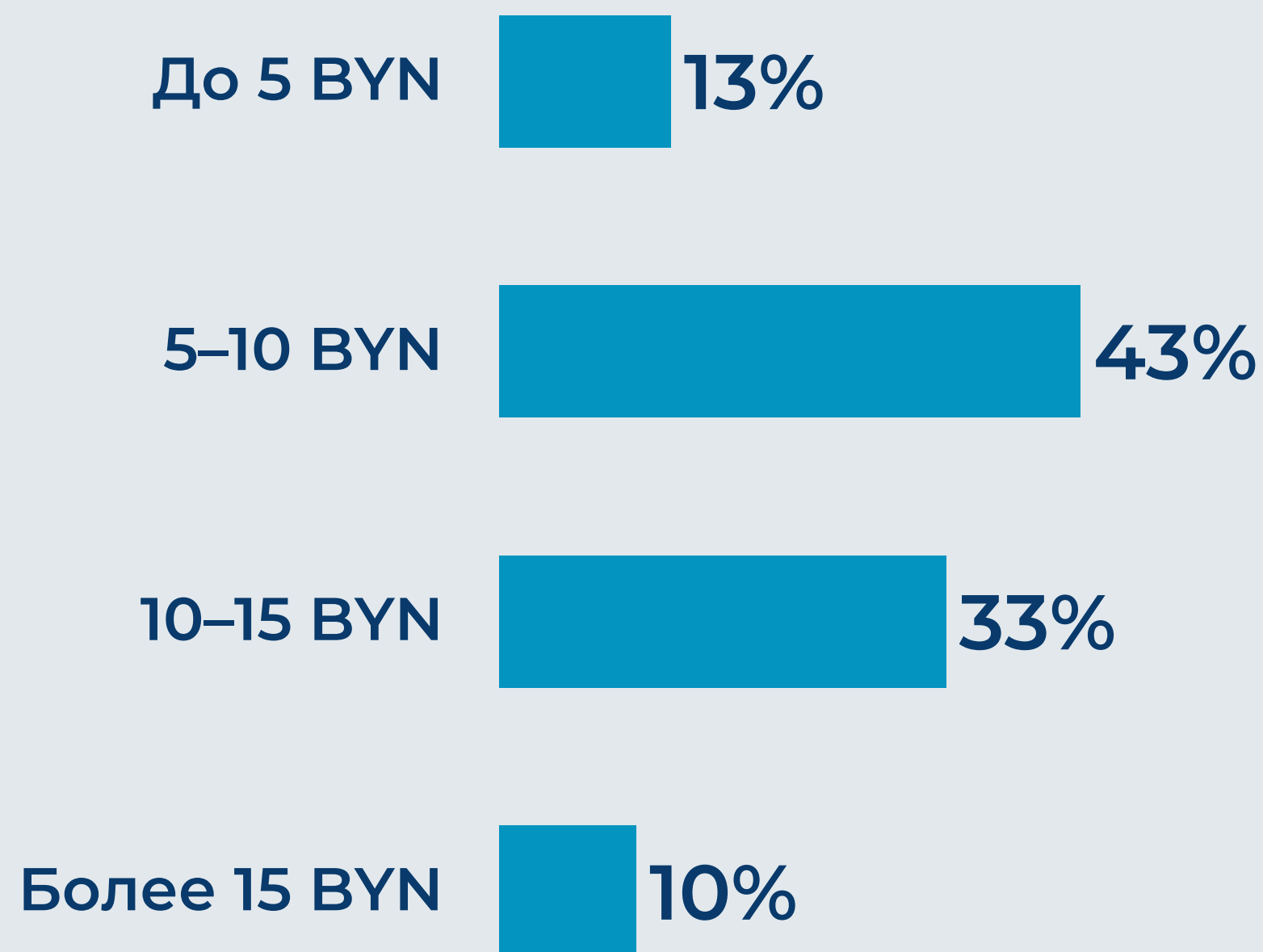
База: 1000



Цены для повседневного посещения кафе/ресторана



9.5 BYN



Повседневные траты на готовую еду



Покупка напитков или
продуктов для перекуса
в продовольственных
магазинах

69%

Питание в кафе,
ресторанах или столовых

20%

Покупка кофе с собой
или еды для перекуса
в кафе/кофейнях

19%

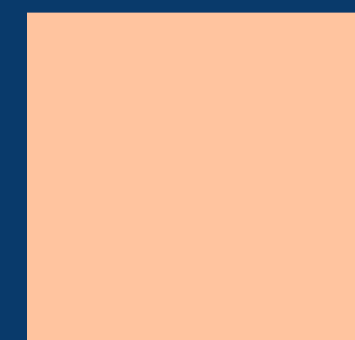
ГОТОВНОСТЬ ОТКАЗАТЬСЯ в случае необходимости ЭКОНОМИТЬ

Среди респондентов, которые тратят деньги на покупку напитков или продуктов для перекуса в продовольственных магазинах, 19% готовы отказаться от данных покупок в случае необходимости экономить

База: 1000

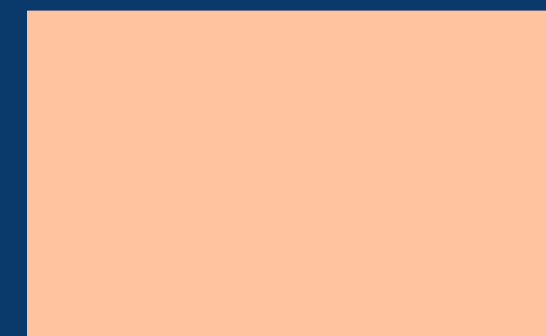


Покупка напитков или продуктов для перекуса в продовольственных магазинах



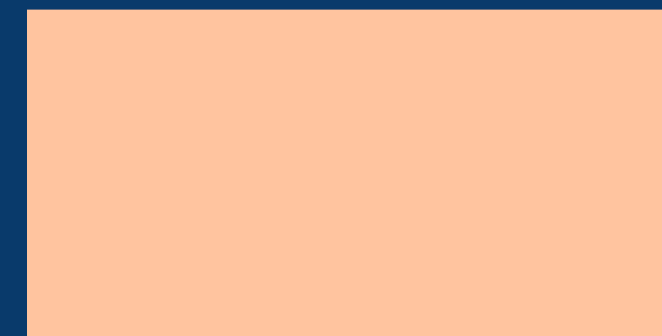
19%

Питание в кафе, ресторанах или столовых



30%

Покупка кофе с собой или еды для перекуса в кафе/кофейнях



37%

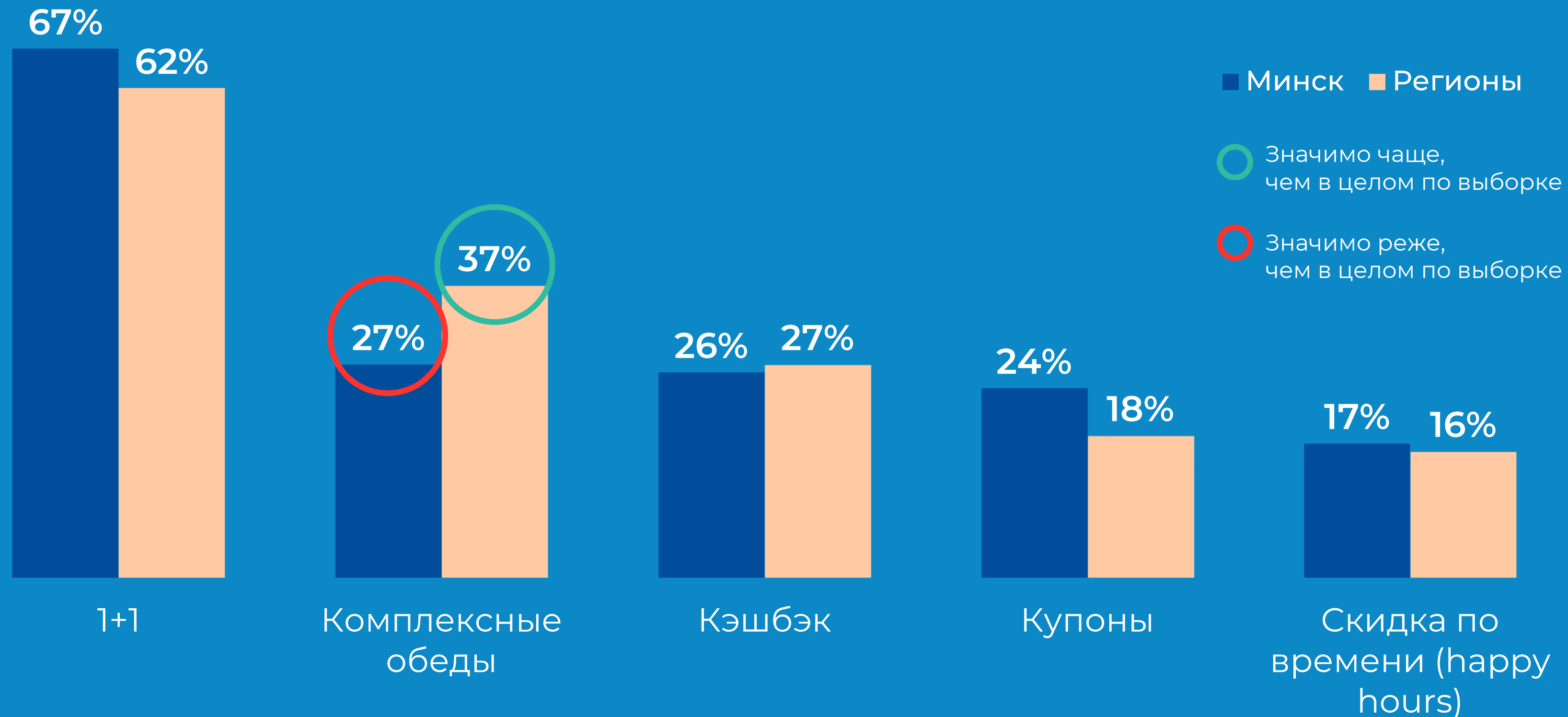
НАИБОЛЕЕ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫЕ АКЦИИ



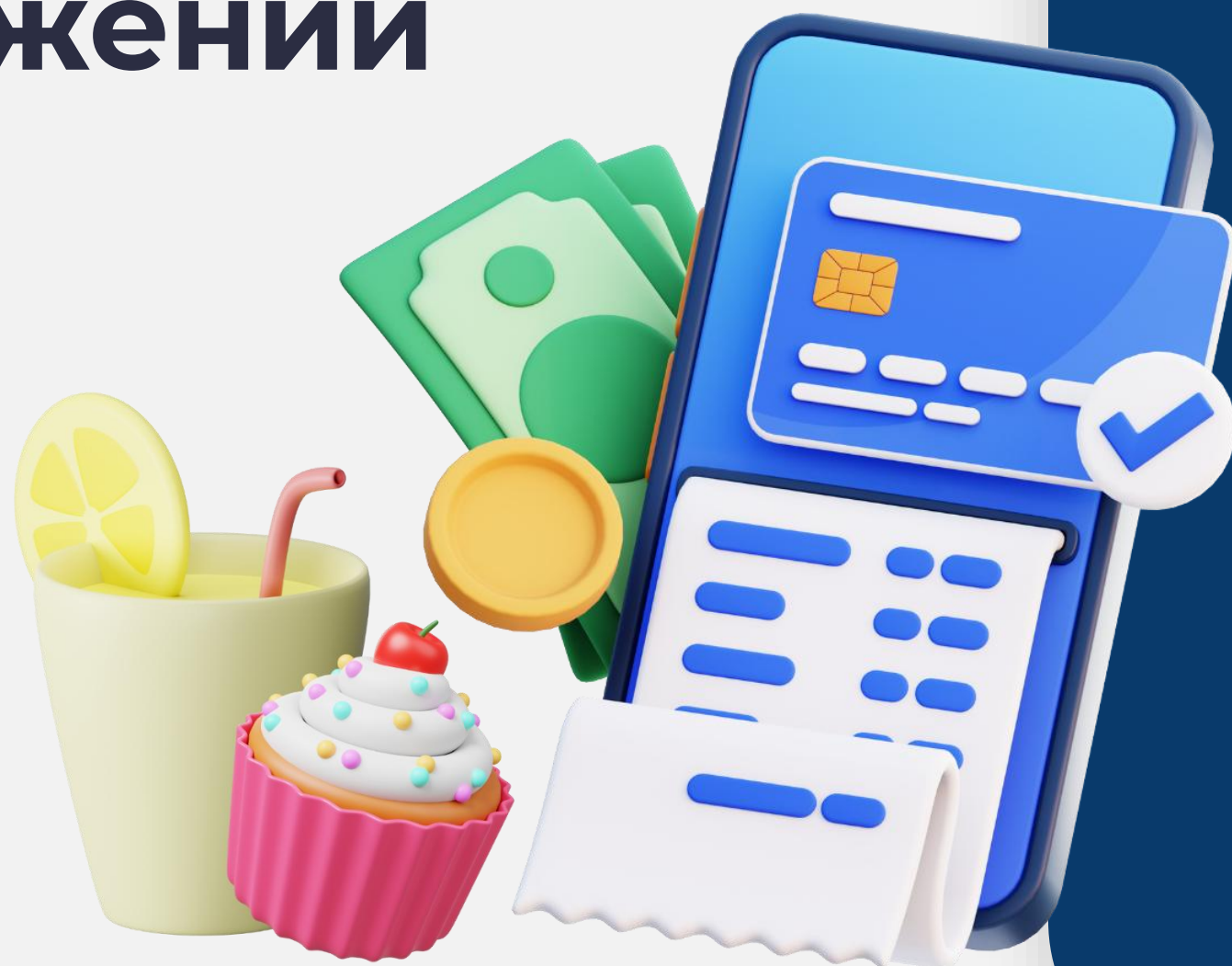
База: 1000



Наиболее привлекательные акции

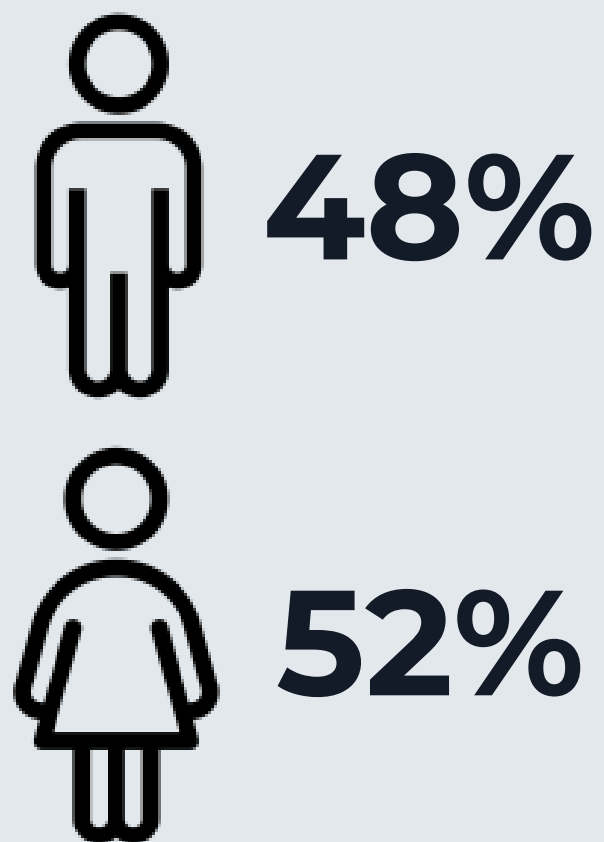


Частота покупки сезонных новинок и временных предложений

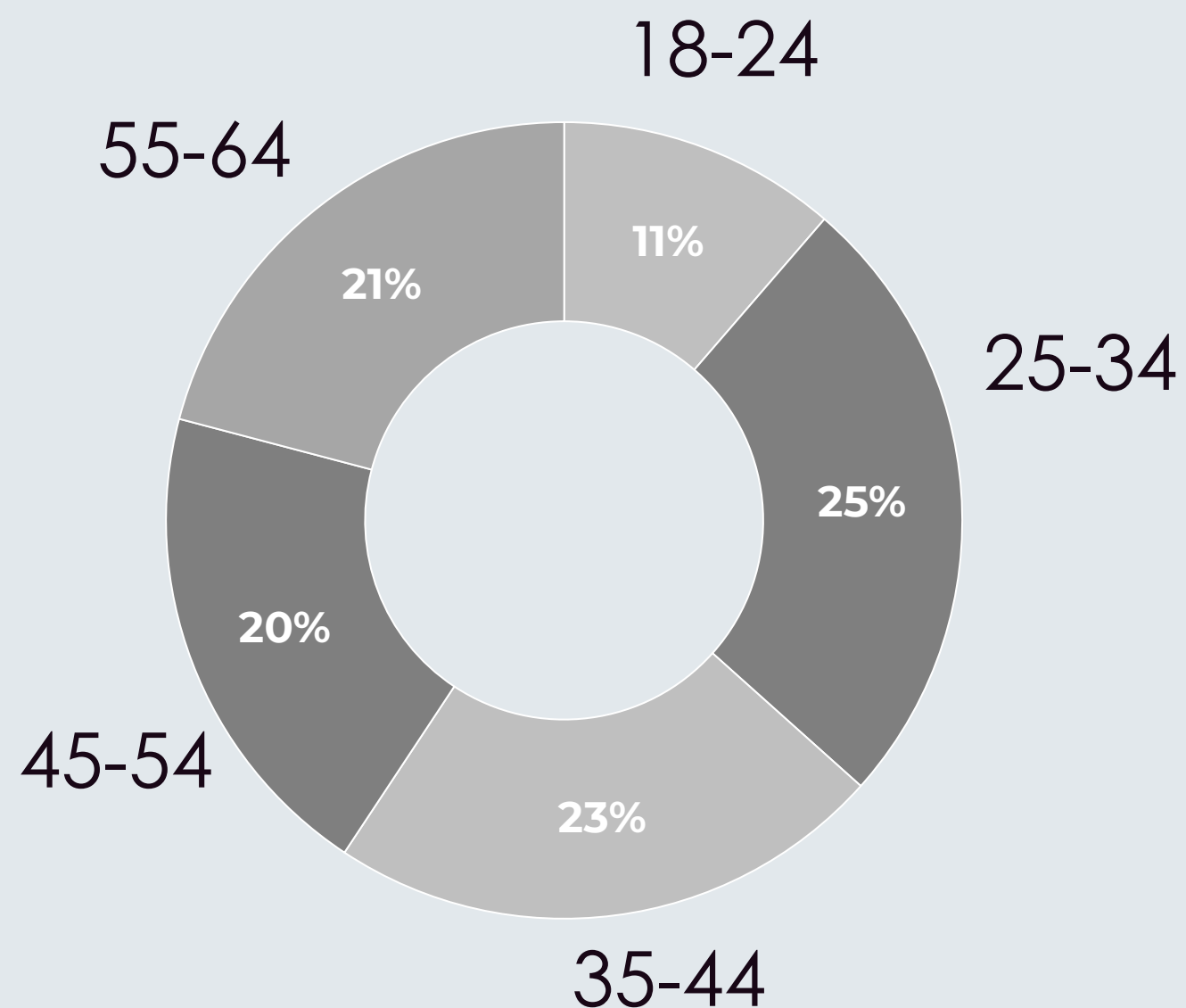


ДОСТИГНУТАЯ ВЫБОРКА

ПОЛ



ВОЗРАСТ



РЕГИОН

