



BusinessStat[®]

готовые обзоры рынков



Анализ рынка общественного питания в Узбекистане в 2020-2024 гг, прогноз на 2025-2029 гг

АДРЕС:

107023, г. Москва
ул. Электрозаводская
д. 23, стр. 8

ТЕЛ.:

+7 (495) 180-04-19

ФАКС:

+7 (495) 180-04-19

ЭЛЕКТРОННАЯ ПОЧТА:

info@businessstat.ru

САЙТ:

www.businessstat.ru

Аннотация

По оценкам BusinesStat, за 2020-2024 гг численность потребителей услуг общественного питания в Узбекистане повысилась на 61% и в 2024 г достигла почти 29 млн чел. Значительный рост был обусловлен несколькими факторами:

- увеличение численности жителей страны и их реальных доходов;
- открытие игроками рынка заведений общепита различных форматов, концепций, кухонь, на любой вкус и кошелек;
- постепенная легализация бизнеса;
- активная господдержка въездного туризма.

Половина населения Узбекистана проживает в сельской местности, где малодоступна сфера платных услуг. Значительную часть потребителей общественного питания из местного населения составляют посетители столовых при предприятиях и учреждениях – учащиеся, работники бюджетных учреждений, промышленных предприятий. Однако покрытие областей республики заведениями общепита постепенно растет, во многом благодаря экспансии локальных и международных сетей общепита. По нашим оценкам, за 2020-2024 гг доля потребителей из числа местных жителей увеличилась с 48% до 56% от всего населения, что все еще значительно ниже, чем, например, в России и говорит о резервах развития рынка в будущем.

Увеличению числа потребителей в ретроспективном периоде во многом способствовал подъем въездного туризма. Численность туристов, посещающих Узбекистан, ежегодно растет и в 2024 г составила почти 8 млн чел. В основном это люди, работающие за пределами страны, которые приезжают навестить родственников. Они, как правило, более платежеспособны, чем большинство местных жителей, и активно посещают заведения общественного питания во время своих визитов на родину. Кроме того, в последние годы прослеживается тенденция к увеличению количества людей, въезжающих в страну, чтобы познакомиться с ее культурой. Узбекистан обладает высоким туристско-рекреационным потенциалом: на территории страны находятся тысячи объектов культурного наследия, часть из которых включена в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО и являются значимыми для мусульманской культуры. Интерес к достопримечательностям стимулирует посещаемость заведений общепита.

«Анализ рынка общественного питания в Узбекистане», подготовленный BusinesStat, включает важнейшие данные, необходимые для понимания текущей конъюнктуры и оценки перспектив развития рынка:

- объем рынка общепита (численность заказов)
- оборот общественного питания
- численность предприятий общественного питания
- статистика персонала общественного питания
- численность клиентов и среднегодовые затраты на общественное питание
- экономическая ситуация в стране

Оборот рынка общественного питания сегментирован по видам:

- доставка
- кафе и рестораны
- кейтеринг
- предприятия быстрого питания (фастфуд)
- столовые

Приводится информация о ключевых игроках отрасли общественного питания. Информация о показателях деятельности операторов рынка приводится в объеме, доступном на официальных сайтах компаний.

При подготовке обзора используется официальная статистика и собранные данные.

Информация профильных ведомств:

- Национальный комитет Республики Узбекистан по статистике
- Международный валютный фонд

Информация, собранная BusinessStat:

- анализ открытой информации об отрасли общественного питания
- данные об операторах отрасли
- оценки экспертов рынка общественного питания

Информацию о смежных рынках вы можете найти в других исследованиях BusinessStat:

- [Анализ рынка доставки готовой еды в России](#)
- [Анализ рынка кафе и ресторанов в России](#)
- [Анализ рынка фастфуда в России](#)
- [Анализ рынка франшиз кафе и ресторанов в России](#)
- [Анализ рынка общественного питания в Армении](#)
- [Анализ рынка общественного питания в Киргизии](#)
- [Анализ рынка общественного питания в России](#)

Содержание

МЕТОДИКА ПОДГОТОВКИ ОБЗОРА РЫНКА

КЛАССИФИКАЦИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

ПРЕДПРИЯТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

- Таблица 1. Численность предприятий общественного питания в Узбекистане в 2020-2024 гг
- Таблица 2. Прогноз численности предприятий общественного питания в Узбекистане в 2025-2029 гг

ПЕРСОНАЛ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

- Таблица 3. Трудовые ресурсы предприятий общественного питания в Узбекистане в 2020-2024 гг (тыс чел)
- Таблица 4. Прогноз трудовых ресурсов предприятий общественного питания в Узбекистане в 2025-2029 гг (тыс чел)
- Таблица 5. Средняя заработная плата сотрудников предприятий общественного питания в Узбекистане в 2020-2024 гг (тыс сумов в год; тыс долл США в год)
- Таблица 6. Прогноз средней заработной платы сотрудников предприятий общественного питания в Узбекистане в 2025-2029 гг (тыс сумов в год; тыс долл США в год)

КЛЮЧЕВЫЕ ИГРОКИ ОТРАСЛИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Oqtepa Lavash

- Общее описание оператора
- Рестораны «Oqtepa Lavash» в Узбекистане в 2025 г
- Показатели деятельности

Evos

- Общее описание оператора
- Рестораны «Evos» в Узбекистане в 2025 г
- Показатели деятельности

Feed Up

- Общее описание оператора
- Рестораны «Feed Up» в Узбекистане в 2025 г
- Показатели деятельности

KFC

- Общее описание оператора
- Рестораны «KFC» в Узбекистане в 2025 г
- Показатели деятельности

Les Ailes

- Общее описание оператора

- Рестораны «Les Ailes» в Узбекистане в 2025 г
- Показатели деятельности

Afsona

- Общее описание
- Показатели деятельности

Caravan

- Общее описание
- Показатели деятельности

Cafe 1991

- Общее описание
- Показатели деятельности

Сыроварня

- Общее описание
- Показатели деятельности

Jumanji

- Общее описание
- Показатели деятельности

ПОТРЕБЛЕНИЕ УСЛУГ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Потребители услуг общественного питания

- Таблица 7. Потребители услуг общественного питания в Узбекистане в 2020-2024 гг (млн чел)
- Таблица 8. Прогноз численности потребителей услуг общественного питания в Узбекистане в 2025-2029 гг (млн чел)

Средние затраты на общественное питание

- Таблица 9. Средние годовые затраты потребителя на общественное питание в Узбекистане в 2020-2024 гг (тыс сумов; долл)
- Таблица 10. Прогноз средних годовых затрат потребителя на общественное питание в Узбекистане в 2025-2029 гг (тыс сумов; долл)

ОБЪЕМ РЫНКА ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

- Таблица 11. Численность заказов в заведениях общественного питания в Узбекистане в 2020-2024 гг (млн)
- Таблица 12. Прогноз численности заказов в заведениях общественного питания в Узбекистане в 2025-2029 гг (млн)

ОБОРОТ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

- Таблица 13. Оборот общественного питания в Узбекистане в 2020-2024 гг (млрд сумов; млн долл)

- Таблица 14. Прогноз оборота общественного питания в Узбекистане в 2025-2029 гг (млрд сумов; млн долл)

Сегменты общественного питания

- Таблица 15. Структура оборота общественного питания по сегментам в Узбекистане в 2020-2024 гг (%)
- Таблица 16. Прогноз оборота общественного питания по сегментам в Узбекистане в 2025-2029 гг (%)
- Таблица 17. Оборот сегмента доставки в Узбекистане в 2020-2024 гг (млрд сумов; млн долл)
- Таблица 18. Прогноз оборота сегмента доставки в Узбекистане в 2025-2029 гг (млрд сумов; млн долл)
- Таблица 19. Оборот сегмента кафе и ресторанов в Узбекистане в 2020-2024 гг (млрд сумов; млн долл)
- Таблица 20. Прогноз оборота сегмента кафе и ресторанов в Узбекистане в 2025-2029 гг (млрд сумов; млн долл)
- Таблица 21. Оборот сегмента кейтеринга в Узбекистане в 2020-2024 гг (млрд сумов; млн долл)
- Таблица 22. Прогноз оборота сегмента кейтеринга в Узбекистане в 2025-2029 гг (млрд сумов; млн долл)
- Таблица 23. Оборот сегмента быстрого питания в Узбекистане в 2020-2024 гг (млрд сумов; млн долл)
- Таблица 24. Прогноз оборота сегмента быстрого питания в Узбекистане в 2025-2029 гг (млрд сумов; млн долл)
- Таблица 25. Оборот сегмента столовых в Узбекистане в 2020-2024 гг (млрд сумов; млн долл)
- Таблица 26. Прогноз оборота сегмента столовых в Узбекистане в 2025-2029 гг (млрд сумов; млн долл)

СОСТОЯНИЕ ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА

- Таблица 27. Численность населения в Узбекистане в 2020-2024 гг, прогноз на 2025-2029 гг (млн чел)
- Таблица 28. Численность населения в регионах Узбекистана в 2024 г (млн чел)
- Таблица 29. Номинальный и реальный ВВП в Узбекистане в 2020-2024 гг, прогноз на 2025-2029 гг (млрд долл; %)
- Таблица 30. Инвестиции в основной капитал в Узбекистане в 2020-2024 гг, прогноз на 2025-2029 гг (% от ВВП)
- Таблица 31. Платежный баланс в Узбекистане в 2020-2024 гг, прогноз на 2025-2029 гг (млрд долл)
- Таблица 32. Инфляция в средних потребительских ценах в Узбекистане в 2020-2024 гг, прогноз на 2025-2029 гг (% к предыдущему году)

Методика подготовки обзора рынка

При подготовке обзора BusinesStat ставит целью собрать максимум информации об анализируемом рынке.

На первой стадии аналитики BusinesStat агрегируют национальную и международную статистику, отраслевую статистику, рыночные исследования. Дополнительно проводятся опросы экспертов рынка и анализ информации в СМИ.

На втором этапе работ полученные данные взвешиваются и приводятся к единому непротиворечивому массиву. На этом этапе происходит отбраковка данных, которые представляются аналитикам противоречивыми или менее надежными. Выбранные данные должны находиться между собой в полной корреляции, чтобы сделать возможной комплексную оценку рынка. В итоге по части уточненных, расчетных параметров рынка BusinesStat сам становится источником данных, что отмечено под соответствующими таблицами обзоров.

Третьим этапом работ является построение динамических рядов – прогнозирование. Первичное прогнозирование осуществляется математическими методами, суть которых сводится к анализу ретроспективных данных для построения прогноза. Однако такой анализ может задать лишь общий тренд на стабильных рынках с известной многолетней динамикой. Подобные стабильные рынки во многих странах мира фактически отсутствуют, из-за чего эффективность математического анализа падает.

Для уточнения прогнозов анализируются факторы, влияющие на развитие рынка. Часть факторов определена достаточно жестко и может быть использована с большой уверенностью для прогнозирования. Пример такого фактора – государственное отраслевое регулирование. Часто заранее известна политика правительства в области регулирования импорта, по инвестициям в производство и строительство, субсидированию или, наоборот, увеличению налоговой нагрузки на отрасль. Зная качество исполнения подобных программ, аналитик может оценить влияние данного фактора на отрасль.

Влияние некоторых факторов может быть менее выражено либо противоречиво. Чаще всего подобные факторы связаны с планами компаний, событиями на смежных рынках, изменением потребительского поведения. Здесь приходится анализировать более широкий круг переменных, часто применяя бенчмарки с соседних рынков, где аналогичная ситуация происходила ранее, или с рынков аналогичных отраслей других стран, где были аналогичные кейсы. Например, во всех развивающихся странах мира наблюдается схожая динамика потребительского поведения, обусловленная появлением новых категорий товаров, развитием сетевой розницы, приходом международных корпораций.

Применение международных бенчмарков становится возможным благодаря одновременному анализу BusinesStat рынков всех развитых и большинства развивающихся стран мира. BusinesStat готовит обзоры мирового рынка, рынков СНГ, ЕС, а также обзоры рынков отдельных стран мира.

Классификация общественного питания

Предприятие общественного питания – имущественный комплекс, используемый для изготовления продукции общественного питания, создания условий для потребления и реализации данной продукции внутри и/или вне заведения.

В обзоре оборот рынка общественного сегментирован по видам:

- доставка
- кафе и рестораны
- кейтеринг
- предприятия быстрого питания (фастфуд)
- столовые

Доставка – в обзоре включает в себя стоимость всех заказов на доставку готовых блюд из кафе, ресторанов и предприятий быстрого питания.

Кафе и рестораны (в обзоре) – заведения с традиционным форматом обслуживания посетителей через официанта, принимающего заказ и обслуживающего посетителей за столиком в закрытом зале или на открытой площадке. Приготовление пищи в кафе и ресторанах производится в соответствии с меню после получения заказа от посетителя из свежих продуктов или из заранее подготовленных полуфабрикатов. Оборот сектора соответствует стоимости реализованных блюд и напитков в ресторанах и кафе с традиционным обслуживанием непосредственно в заведении.

Кейтеринговые компании – предприятия общественного питания, предоставляющие услуги по организации питания по месторасположению, выбранному сторонними организациями и физическими лицами, включая организацию выездного обслуживания мероприятий различного назначения и розничную продажу продукции общественного питания.

Предприятия быстрого питания – тип предприятий общественного питания, характеризующийся быстрым приготовлением пищи, а также минимальным или отсутствующим обслуживанием посетителей официантом. Рестораны быстрого питания могут являться частью сети ресторанов или франшизы, которая предоставляет стандартизированные ингредиенты и/или частично готовые продукты и расходные материалы для каждого ресторана через контролируемые каналы поставок. Заведения фастфуда обычно предлагают короткий ограниченный список блюд и имеют простые недорогие интерьеры. К предприятиям быстрого питания в обзоре относятся также несетевые точки быстрого питания. Оборот сектора соответствует стоимости заказов в ресторанах и точках быстрого питания без учета стоимости заказов блюд на доставку.

Столовые (при предприятиях и учреждениях) – общедоступные или обслуживающие определенный контингент потребителей точки питания, расположенные на территории предприятий и учреждений, производящие и реализующие блюда в соответствии с меню. В обзоре к столовым при предприятиях и учреждениях отнесены все предприятия, осуществляющие приготовление и продажу полноценного питания на базе производственных мощностей заказчика, либо с использованием собственного оборудования, размещенного на территории заказчика на долгосрочной основе.

Информация о соседних рынках содержится на сайте [BusinessStat](https://businessstat.ru), в категории «[Услуги](#)».

Потребление услуг общественного питания

В разделе представлена информация о численности потребителей услуг общественного питания, а также среднем уровне затрат на общественное питание.

Потребители услуг общественного питания

Потребителями услуг общественного питания являются люди, которые хотя бы один раз в течение года посещали заведения общественного питания, пользовались услугами кейтеринговых компаний или делали заказ на доставку готовых блюд из заведений общественного питания.

Таблица 7. Потребители услуг общественного питания в Узбекистане в 2020-2024 гг (млн чел)

Параметр	2020	2021	2022	2023	2024
Потребители услуг общественного питания (млн чел)	17,8	20,2	25,0	26,8	28,7
Динамика (% к предыдущему году)	-	13,6	23,7	7,4	6,9

Источник: *BusinesStat*

За 2020-2024 гг численность потребителей услуг общественного питания в Узбекистане повысилась на 61% до 28,7 млн чел по итогам 2024 г. Значительный рост был обусловлен увеличением численности жителей страны и их реальных доходов, постепенной легализацией рынка общественного питания и активной господдержкой въездного туризма.

Половина населения Узбекистана проживает в сельской местности. Номинальная заработная плата работающих в среднем по стране в 2,8 раза ниже, чем в России. На сельское хозяйство приходится около 25% от общей занятости. Сельские регионы фактически живут натуральным хозяйством. Трудоспособные граждане вынуждены работать в России, и на доход трудовых мигрантов живут целые семьи. Сельскому населению малодоступна сфера платных услуг. Значительную часть потребителей общественного питания из местного населения составляют посетители столовых при предприятиях и учреждениях – учащиеся, работники бюджетных учреждений, промышленных предприятий. По нашим оценкам, за 2020-2024 гг доля потребителей из числа местных жителей возросла с 48% до 56% от всего населения, что все еще значительно ниже, чем, например, в России (около 80% жителей страны).

Увеличению числа потребителей в ретроспективном периоде во многом способствовало развитие въездного туризма. Численность туристов, посещающих Узбекистан, ежегодно растет и в 2024 г составила 7,96 млн чел. В основном это люди, работающие за пределами страны, которые приезжают навестить родственников. Они, как правило, являются более платежеспособными, чем большинство местных жителей, и активно посещают заведения общественного питания во время своих визитов на родину.

Наибольший прирост численности потребителей общественного питания был зафиксирован в 2022 г – на 24% к предыдущему году, чему способствовал рост доходов населения (средняя номинальная заработная плата в сумах повысилась на 20%) и числа туристов, посетивших Узбекистан (в 2,8 раза).