

Рестораны быстрого питания

Посещение
и рекламная активности

Источники:
MEDIA MARKETING INDEX ' 2024
ADEX' 2024



Дайджест о рынке

Ресторанов быстрого питания в Казахстане

- 1 **Распространенность пользования**
ПОЛЬЗОВАНИЕ
- 2 **Знание**
ПОЛЬЗОВАНИЕ
- 3 **Посещение**
ПОЛЬЗОВАНИЕ
- 4 **Сила марок**
ПОЛЬЗОВАНИЕ
- 5 **Рекламная активность**
РЕКЛАМА
- 6 **Рекламодатели**
РЕКЛАМА
- 7 **Рекламные каналы**
РЕКЛАМА

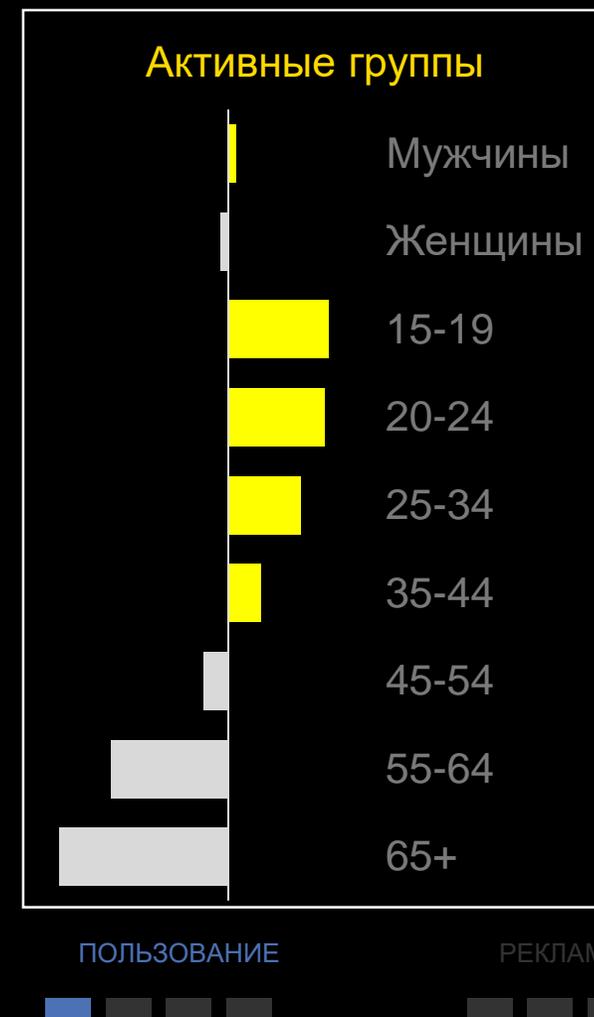
1

ПОЛЬЗОВАНИЕ

74.5% жителей крупных городов [100 000+] в возрасте от 15 лет и старше посещали рестораны быстрого питания за последние полгода.

На **18.7%** увеличилось число посетителей Ресторанов быстрого питания среди жителей крупных городов за **5** лет (с 2020 года).

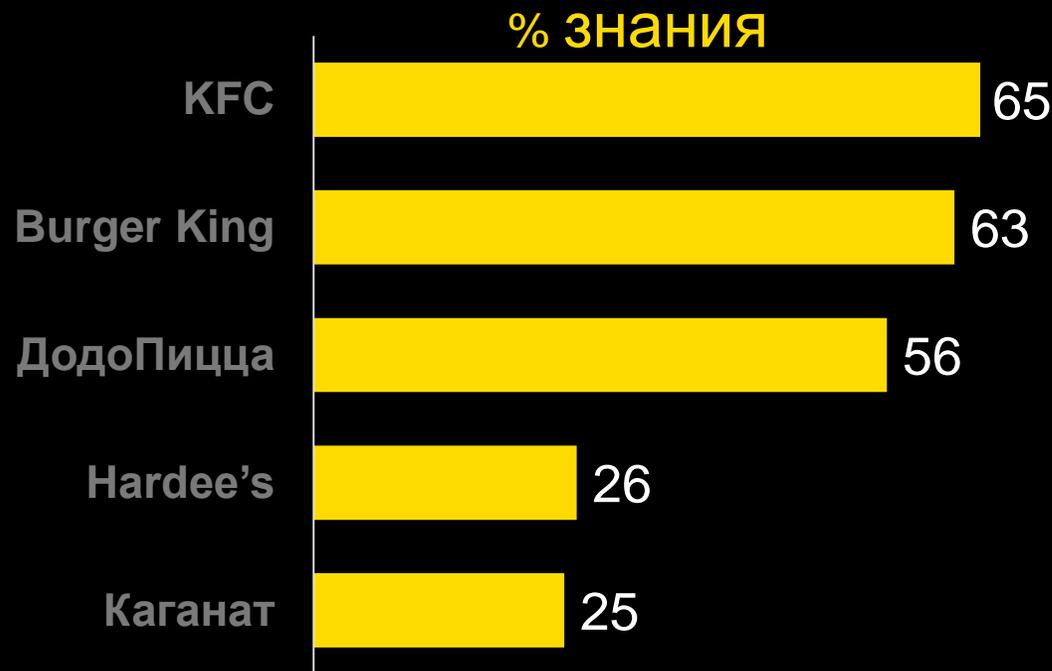
Чем моложе население, тем больше среди них доля посетителей ресторанов быстрого питания.



2

РЕСТОРАНЫ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ: ЗНАНИЕ

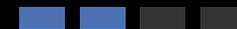
5 наиболее известных марок Ресторанов быстрого питания:



За 5 лет уровень осведомленности о **KFC** вырос на 6.4%, что переместило его на первое место.

Максимальный рост уровня осведомленности у **ДодоПицца** (с 41% до 56%).

ПОТРЕБЛЕНИЕ



РЕКЛАМА

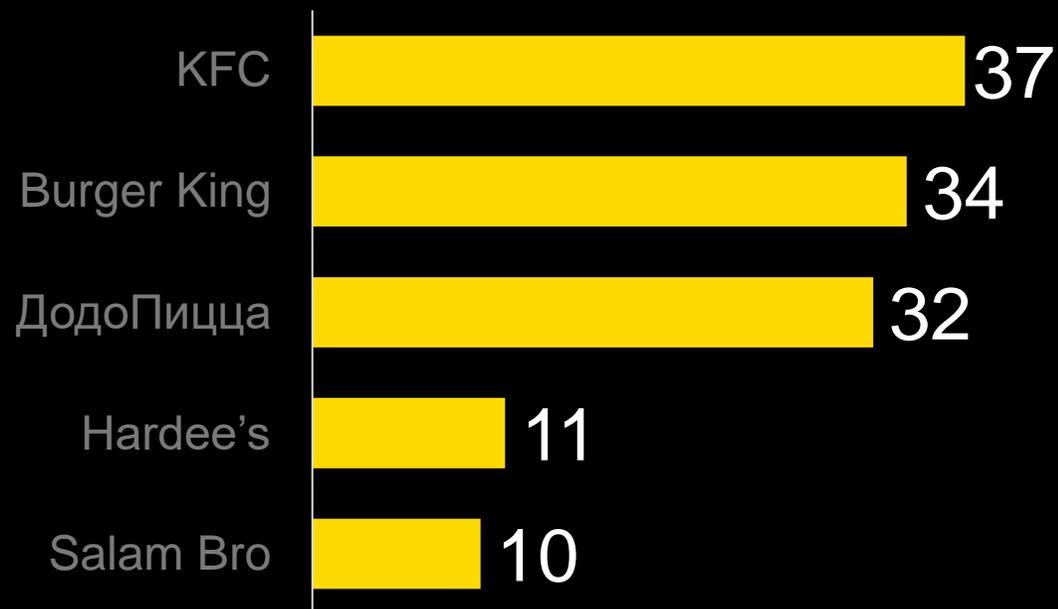


3

РЕСТОРАНЫ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ: ПОСЕЩЕНИЕ

ТОП 3 лидера по охвату посетителей с
2020 года остался без изменений

% посетителей



Охват населения
лидера рынка –
ресторана **KFC** -
увеличилось за 5 лет
на 10%.

Охват населения
ресторана
ДодоПицца вырос на
18.2%.

ПОТРЕБЛЕНИЕ



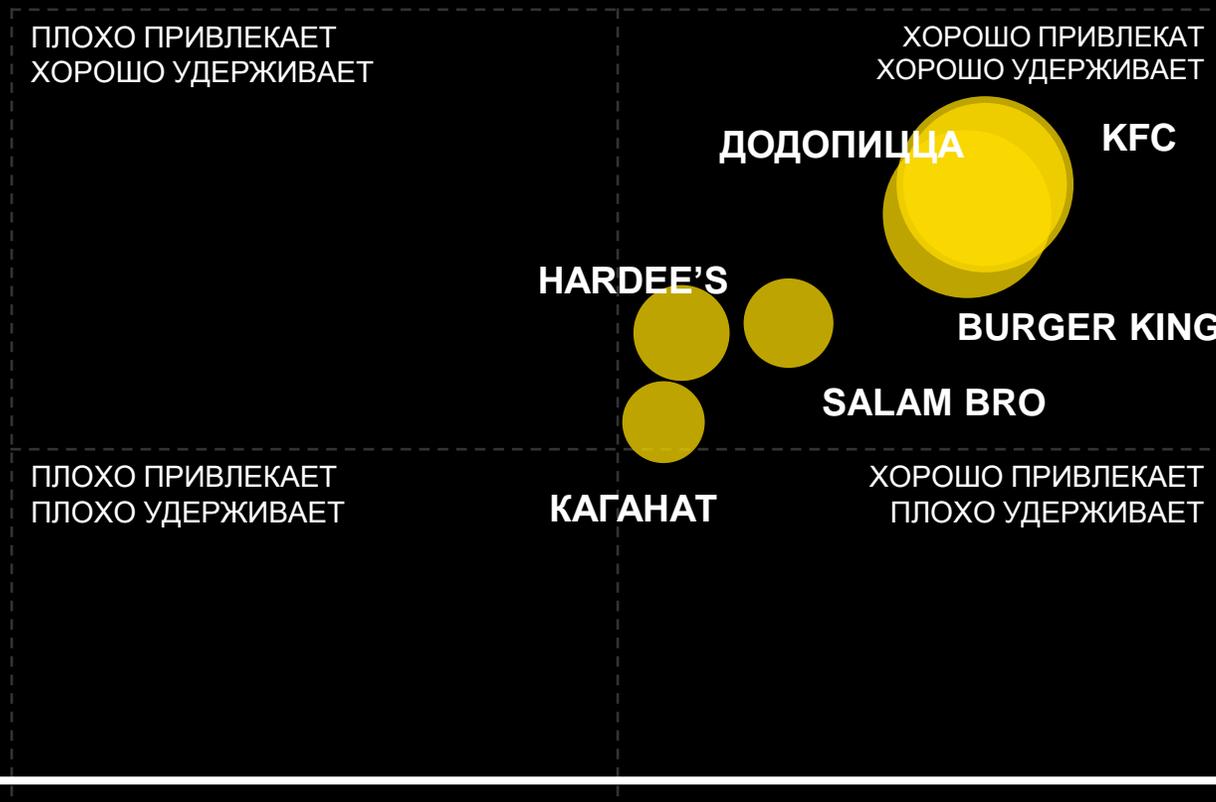
РЕКЛАМА



4

СИЛА РЕСТОРАНОВ БЫСТРОГО ПИТАНИЯ

Лидеры рынка – KFC, BURGER KING, ДОДОПИЦЦА – отличаются высоким уровнем привлечения и удержания посетителей.



МАРКА	% ИЗ ЗНАНИЯ В ПОСЕЩЕНИЕ	% ИЗ ПОСЕЩЕНИЯ В ЛОЯЛЬНОСТЬ
KFC	57%	57%
BURGER KING	54%	56%
ДОДОПИЦЦА	57%	57%
HARDEE'S	42%	40%
КАГАНАТ	33%	39%
SALAM BRO	43%	46%
ZHEKA'S DONER HOUSE	33%	34%

ПОТРЕБЛЕНИЕ



РЕКЛАМА



5

РЕКЛАМНАЯ
АКТИВНОСТЬ

Рекламная активность Ресторанов быстрого питания значительно выросла

За 5 лет, с 2020 года, рекламный бюджет вырос в

3.8 раза, а количество выходов

рекламы по категории выросло в **3.4**

раза.

133 ТЫСЯЧИ

выходов рекламы Ресторанов быстрого питания было зарегистрировано на ТВ, Радио и в Наружной рекламе в 2024 году

ПОТРЕБЛЕНИЕ



РЕКЛАМА



6

Количество рекламодателей в категории выросло в 2.4 раза [9 рекламодателей в 2020 году; 22 - в 2024 году].

ТОП Рекламодатели в 2024 году:

РЕКЛАМОДАТЕЛИ

KFC	ТВ + Радио + Наружная реклама + Интернет
ДОДОПИЦЦА	ТВ + Наружная реклама
BURGER KING	ТВ + Наружная реклама + Интернет

За 5 лет **KFC** по объему рекламного бюджета сохранил за собой первую позицию.

Все ТОП рекламодатели используют мультимедийную коммуникацию.

ПОТРЕБЛЕНИЕ



РЕКЛАМА



7

РЕКЛАМНЫЕ КАНАЛЫ

Среди офф-лайн медиа, подавляющий объем выходов рекламы и рекламных бюджетов приходится на телевизионную рекламу.

Каналы коммуникации в 2024 году:

	ВЫХОДЫ	БЮДЖЕТ
ТЕЛЕВИДЕНИЕ	90.6%	87.2%
РАДИО	6.5%	2.1%
НАРУЖНАЯ РЕКЛАМА [статика]	2.9%	10.7%

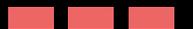
В digital среде в 2020 году присутствовали 5 рекламодателей на 9 казахстанских ресурсах. В 2024 активность проявили 11 рекламодателей главным образом на YouTube.

Лидер 2020 года и 2024 года – **KFC** - использует все основные классические каналы коммуникации (ТВ, Радио, Наружную рекламу, Интернет)

ПОТРЕБЛЕНИЕ



РЕКЛАМА



ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ ПО КАТЕГОРИИ

Вся информация, приведенная в данном отчете, может быть приобретена в детализированном виде.

Следующие вопросы по категории «Рестораны быстрого питания» включены в исследование Media Marketing Index:

- Знание ресторанов быстрого питания
- Посещение ресторанов быстрого питания
- Лояльность к ресторанам быстрого питания

Результаты по вопросам категории могут быть предоставлены в динамике за несколько лет и в разрезе по широкому набору параметрам, включая:

- демографические характеристики;
- потребление других категорий товаров и услуг;
- медиа-предпочтения;
- психографика \ сегментация по психологическому профилю.





О КОМПАНИИ

ОО «K Research Central Asia» [в прошлом TNS Central Asia] – более 25 лет является одной из лидирующих исследовательских компаний казахстанского рынка.

Основанная в 1997 году, компания прошла путь от небольшого агентства по исследованиям аудитории СМИ до крупной компании, являющейся официальным партнером международной сети [KANTAR](#) в регионе.

В настоящее время «K Research CA» измеряет аудиторию всех медиа в Казахстане — ТВ, интернета, радио и прессы, а также осуществляет полный цикл работ в области заказных маркетинговых исследований, в том числе и с применением международных решений [KANTAR](#).

Компания является членом ESOMAR и придерживается в своей работе международных и отраслевых стандартов проведения исследований.

Наши клиенты – национальные и международные компании, бренды-лидеры в своих отраслях, рекламные агентства и группы, медиахолдинги, телеканалы и радиостанции.

«K Research CA» проводит исследования на территории Казахстана, Центральной Азии и Кавказа. Наша команда составляет около 100 человек, включая тех кто работает в офисе в Алматы и занимается поддержкой наших проектов во всех региональных центрах Казахстана.

