

Исследование рынка предприятий общественного питания города Москвы

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОТКРЫТИЮ И РАЗВИТИЮ НОВОЙ СЕТИ КАФЕ

Для сети кафе «27 голодных ртов»

Москва, сентябрь 2022

Исполнители:

курс по аналитике данных Яндекс Практикум
студент Севастьянов Александр / DA-49

План презентации

1. Объявление выводов исследования и рекомендаций
2. Обзор методологических основ исследования
3. Часть 1: детали анализа видов заведений, репрезентативная статистика
4. Часть 2: детали анализа расположения заведений, топ 10 улиц
5. Часть 3: детали анализа размеров заведений, метод изобар для pay-as-you-go инвестиций, карта оценки рисков для бизнеса
6. Заключение: область применимости рекомендаций

Рекомендации инвесторам на базе исследования данных по 15366 заведениям города Москвы

ЧТО ОТКРЫВАТЬ

- Рекомендуем начать бизнес с открытия заведения типа кафе.

Причины:

- данный тип заведений составляет 40% сегмента рынка, что подтверждает его низкие риски;
- статистика размеров (кол-ва мест) заведений данного типа дает основания считать, что бизнес можно расширять постепенно, без высокой стартовой цены входа.

ГДЕ ОТКРЫВАТЬ

- *Рекомендуем районы Москвы:* Пресненский, Сокол, Беговой, Мещанский, Алексеевский, Ростокино, Чертаново, Академический, Черемушки, Коньково, Теплый стан, Гагаринский.
- *Наилучшие улицы:* Пресненская набережная, Ленинградский проспект, проспект Мира, Кировоградская улица, Профсоюзная улица, проспект Вернадского.

КАК РАЗВИВАТЬ

- первое кафе оптимально имеет 26 +/- 5 мест;
- далее следует добавлять новые кафе такого же размера;
- минимальные бизнес-риски достигаются при размере сети в 10 кафе;
- далее следует продолжать увеличивать сеть до 20 кафе, при этом можно добавить в каждое по 1 месту (27 +/- 5);
- Дальнейший рост бизнеса менее рискован, если начать вторую сеть кафе – к пункту 1.

Методические и информационные основы проведенного исследования

Был проведен статистический анализ данных по 15366 заведениям питания города Москвы и области, включающих следующую информацию:

- название заведения
- тип заведения (кафе, ресторан и т.д.)
- размер заведения (кол-во мест)
- адрес заведения
- включенность в сеть (сетевой или нет)

Исследования проводилось с использованием библиотеки работы с большими данными Pandas и библиотеки визуализации данных Seaborn. Детали исследования также доступны в формате Jupiter Notebook / Python.

Методологическая идея исследования базировалась на рассмотрении системы заведений питания как сбалансированной по огромному количеству параметров экосистемы, на которую наложен временной естественный отбор.

В связи с чем, картина в распределении системы заведений питания по анализируемым параметрам ожидаемо соответствует результату естественного отбора - образованию жизнеспособной системы видов, которые успешны в сохранении и воспроизводстве во времени.

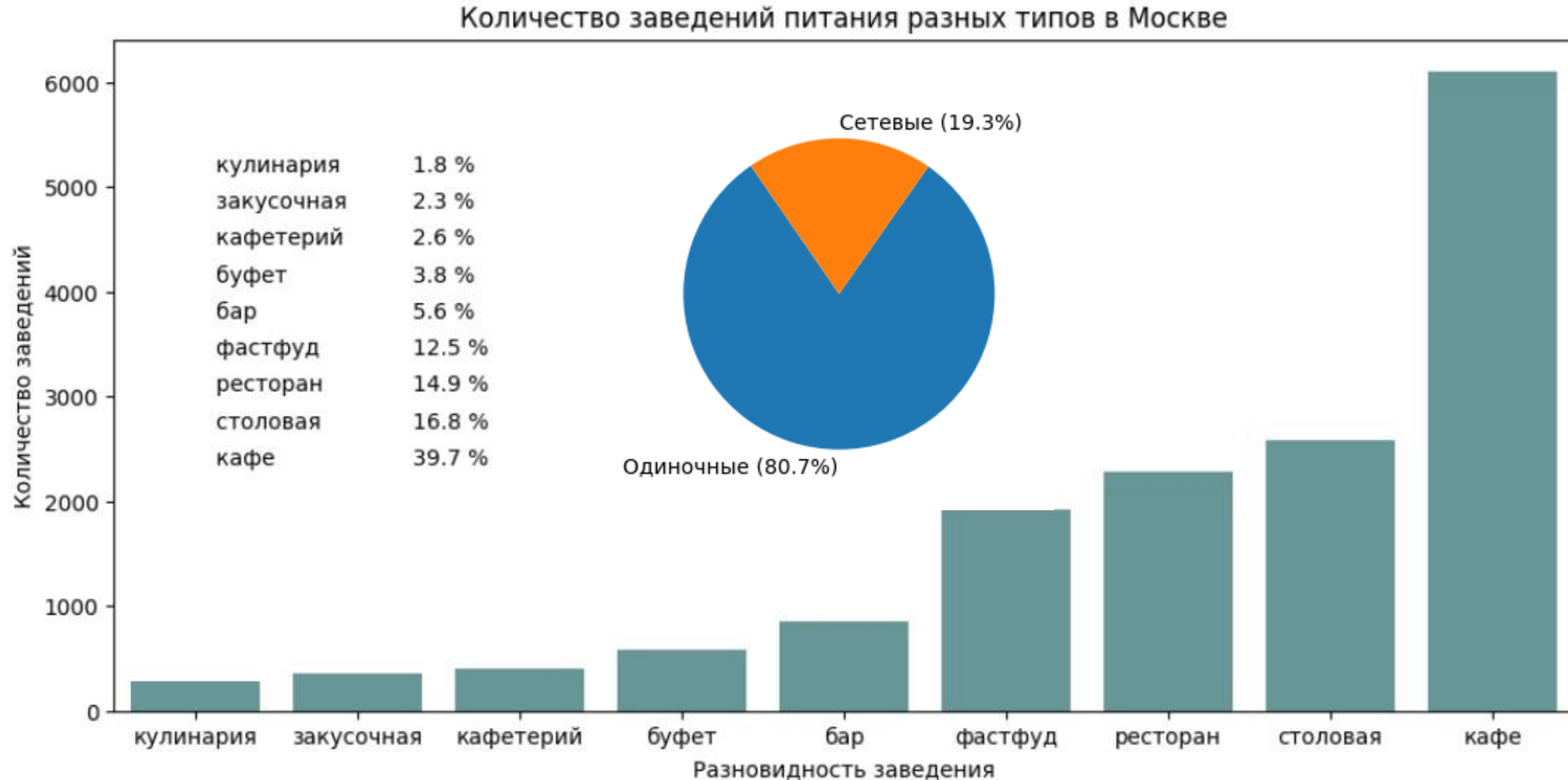
В нашем случае это означает, что усредненный объект в каждом диапазоне параметров нашел бизнес-успешную форму работы и купирования бизнес-рисков.

Часть 1: виды предприятий общественного питания города Москвы

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА ДАННЫХ В ДЕТАЛЯХ

Более всего на московском рынке - кафе

Почти 40% всех предприятий питания в Москве – это кафе,
на втором месте (по 16%) – столовые и рестораны,
замыкают тройку лидеров предприятия быстрого питания с 12.5%



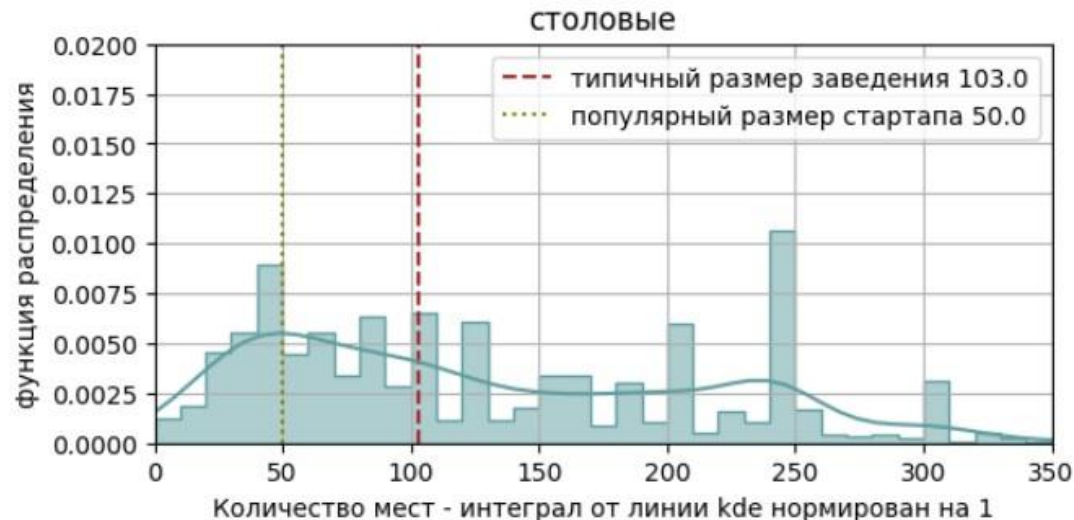
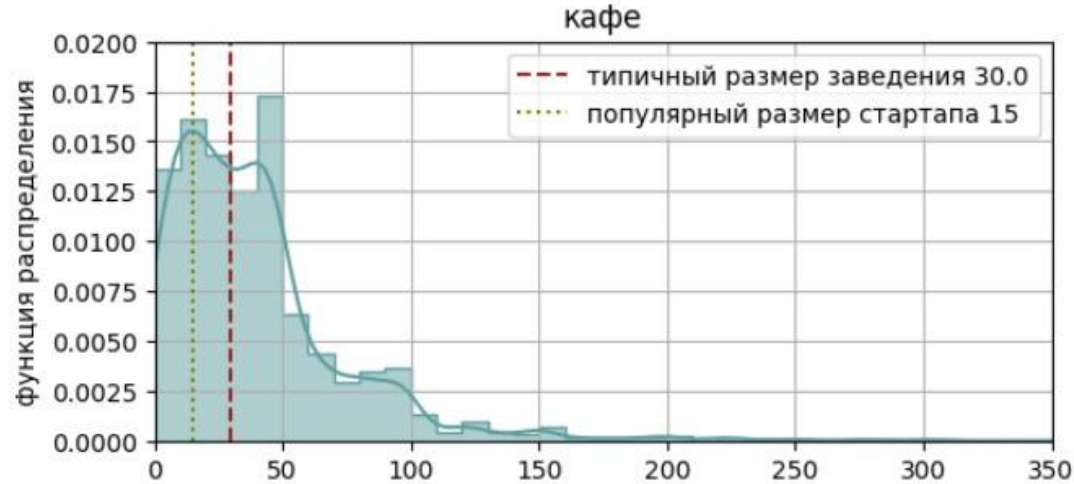
Сетевая форма бизнеса успешна для кафе

По доле сетевых заведений лидируют предприятия быстрого питания с 41.1%, на втором месте неожиданно оказались кулинарии в магазинах – 28.6%, кафе делят с ресторанами третье место – почти 23% кафе сетевые (желтым на графике)



«Кафейный» бизнес можно развивать небольшими инвестициями

Распределение кафе по размерам (количеству мест) свидетельствует о низкой цене входа в «кафейный» бизнес. Сравнение со столовыми (лидером по числу мест) показывает, что стартовые и средние размеры заведений в 3 ½ раза меньше у кафе. Также у кафе четко выражены сегменты развития – маленькие, средние и крупные.



- Популярный размер стартапа заведения отражает первый пик на кривой распределения kde – на графиках видно, что у кафе он находится на уровне 15 мест.
- Как было сказано в предварительно анонсированных выводах, рекомендованное нами значение с минимальными рисками – 26 мест.
- Средний размер кафе всего 30 мест (медианное значение распределения), что совпадает с нашими рекомендациями придерживаться диапазона 27 +/- 5 мест.
- Кривая kde распределения кафе по размерам имеет явно выраженные три ступеньки и тонкий хвост (1.4%):
 - Небольшие – до 50 мест (75%)
 - Средние – до 100 мест (20%)
 - Крупные – до 160 мест (3.6%)

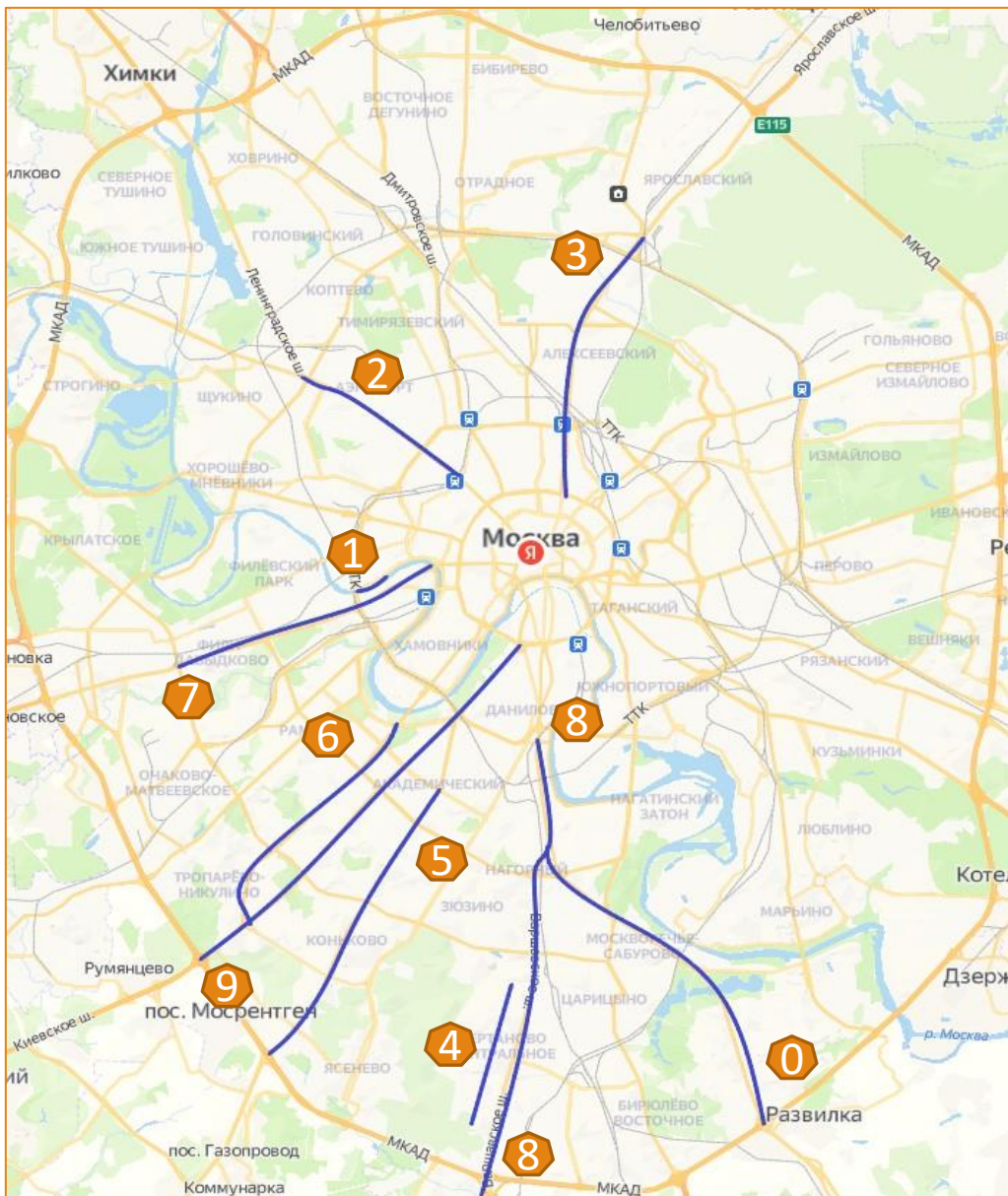
Часть 2: популярные локации для размещения заведений в городе Москве

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА ДАННЫХ В ДЕТАЛЯХ

Топ 10 самых популярных (по количеству заведений) улиц

Улицы показаны синим цветом на карте – номера как в таблице.
О популярности скорее свидетельствует погонная плотность заведений, чем общее их количество – отсортировано так.
Пресненская набережная – клондайк для бизнеса питания!

Название улицы	Плотность заведений на км	Всего заведений
1. Пресненская набережная	304	167
2. Ленинградский проспект	29	173
3. Проспект Мира	25	204
4. Кировоградская улица	25	110
5. Профсоюзная улица	15	183
6. Проспект Вернадского	15	132
7. Кутузовский проспект	14	114
8. Варшавское шоссе	11	162
9. Ленинский проспект	9	148
10. Каширское шоссе	9	112



Причины для улиц только с одним заведением

Заведения, находящиеся в одиночестве на всей улице, составляют почти треть (30.5%) от всех заведений !

Такие улицы могут быть во всех нишах – и в самом центре, и в спальных районах, и в глухих местах – так как причины самые различные: статистика показывает оптимальный вариант из слишком многофакторного выбора

Список районов улиц для типичного (медианного) значения распределения улиц с одним заведением

- Чистые пруды,
- заМКАДье 50км,
- Сокольники,
- Замоскворечье,
- МКАД,
- Сретенка,
- Можайский,
- Пречистенка,
- Кузьминки,
- Пречистенка,
- Басманный,
- Северное Бутово,
- Богородское,
- Речной вокзал
- Сокольники,
- Мещанский,
- Сокольники,
- Ясенево,
- Марьяна Роща,
- МКАД,
- Северное Бутово,
- Покровский бульвар,
- Коптево,
- Жулебино,
- Тверской.



Тип 1: малая населенность

- это и протяженные шоссе, где нет смысла часто останавливаться (МКАД, заМКАДье)
- это и нецентральные парки (Сокольники и Кузьминки), где вообще мало строений на одну улицу

Тип 2: дороговизна места

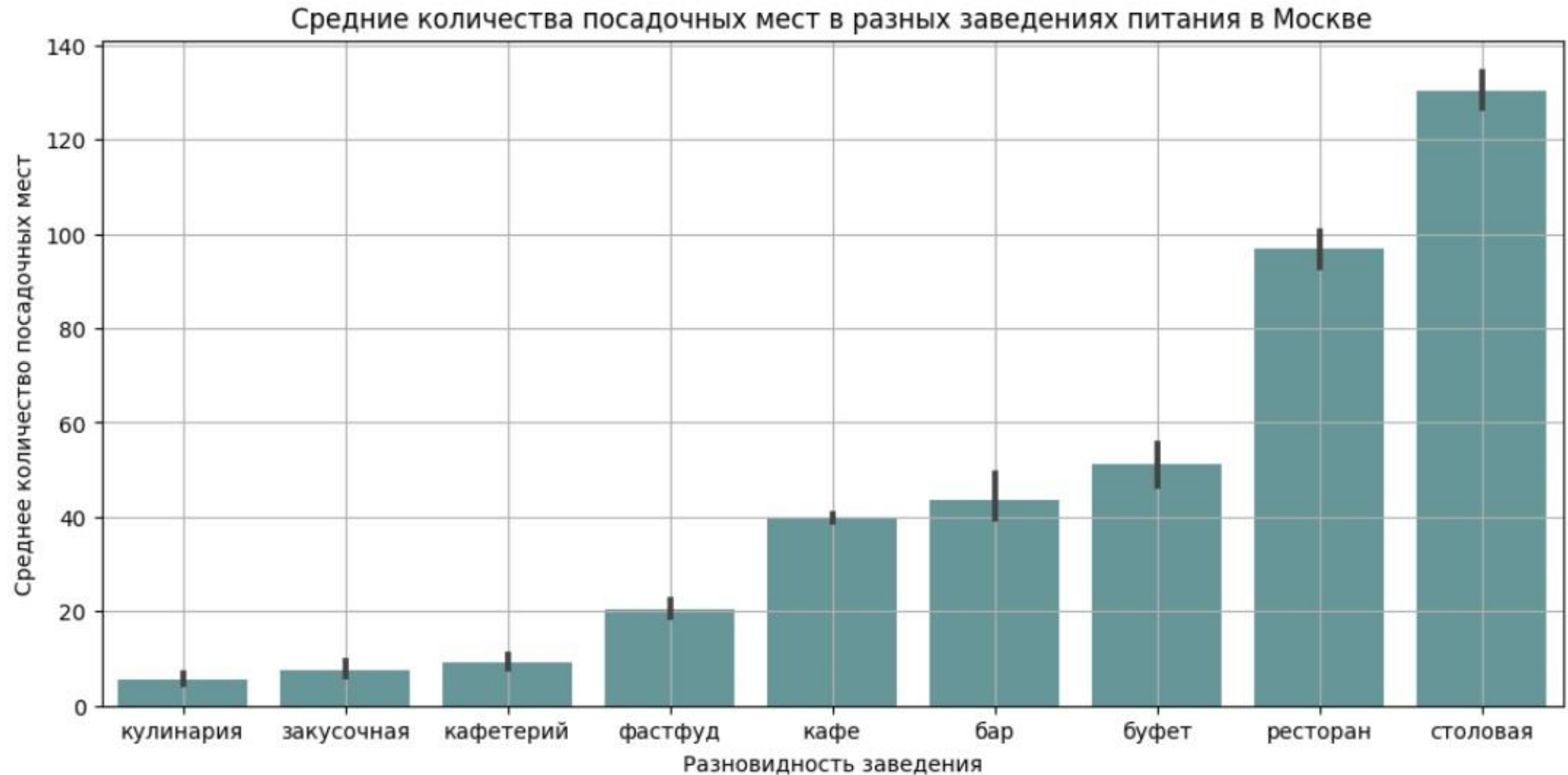
- это и короткие тупики и переулки в центре Москвы (Бульварное кольцо, Садовое кольцо), где просто нет места для двух заведений питания (еще ведь там парикмахерские, бутики, банки)
- это и районы с дорогой недвижимостью и плотной застройкой (Пречистенка-Остоженка), где окупить стоимость аренды крайне сложно, да и не только стояночных мест нет, но и останавливаться нельзя

Часть 3: размеры предприятий общественного питания города Москвы, связь между размерами и количеством заведений, карта оценки рисков расширения бизнеса

РЕЗУЛЬТАТЫ АНАЛИЗА ДАННЫХ В ДЕТАЛЯХ

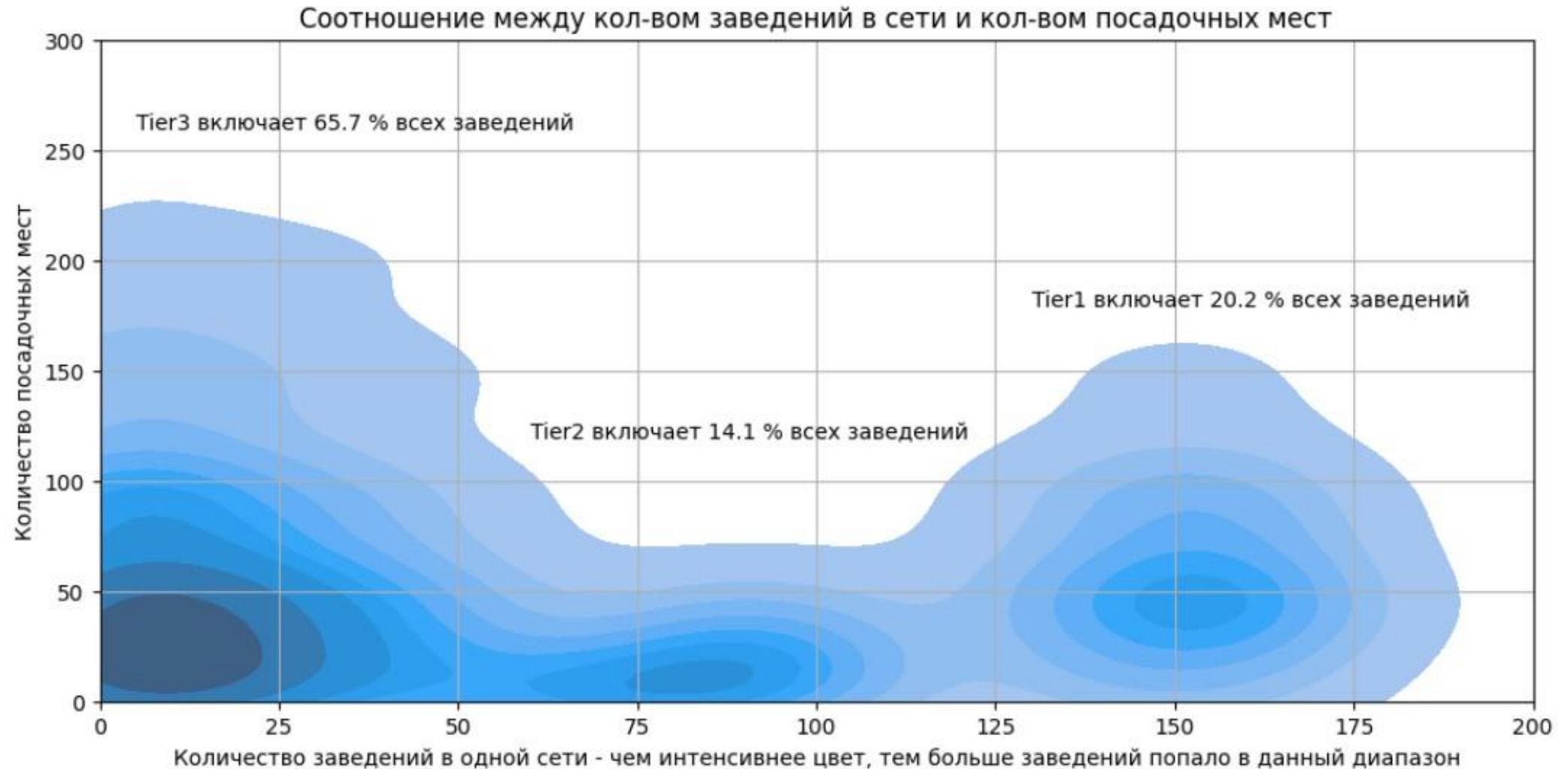
Более всего посадочных мест — в столовых

Тройку лидеров с большими интервалами составляют столовые, рестораны и кафе-бары-буфеты. Фастфуды во второй половине — из-за большого количества киосков всего с парой-другой мест.



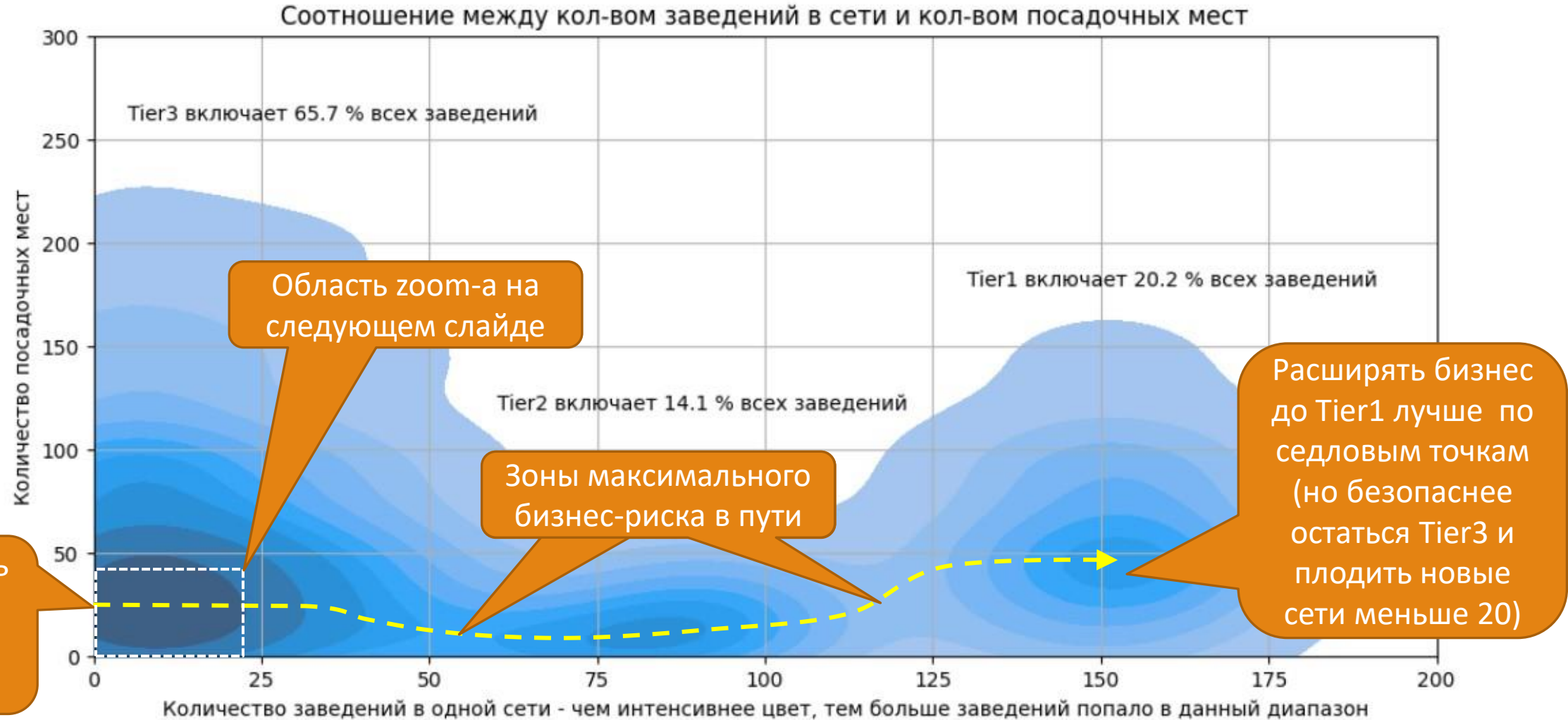
Размеры заведений и размеры сетей связаны

График показывает двумерное распределение сетевых заведений по размерам сети и заведений
Интенсивность цвета дает популярнее сочетание этих параметров. Есть три аттрактора успеха:



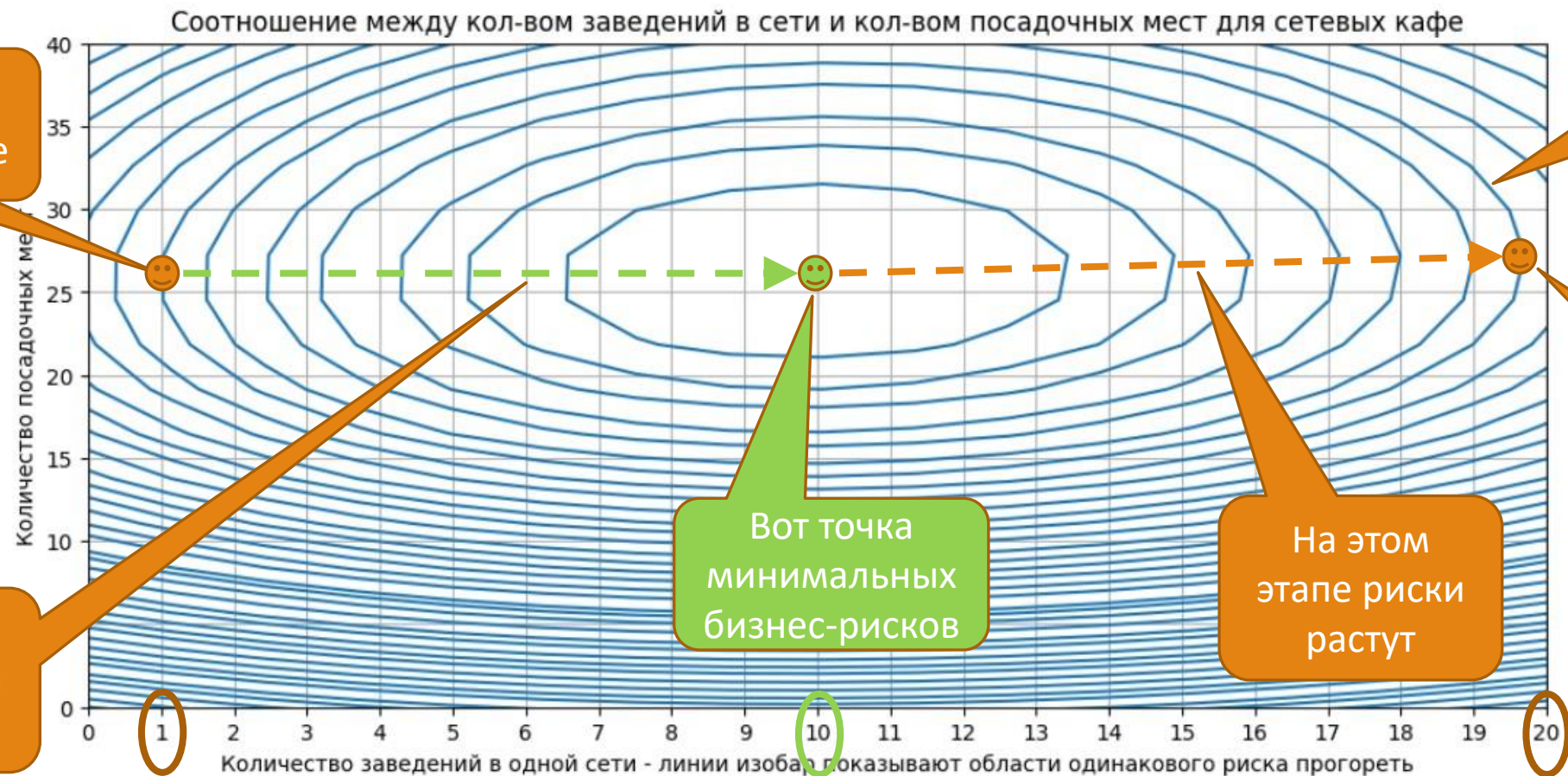
Размеры заведений и размеры сетей связаны

График показывает двумерное распределение сетевых заведений по размерам сети и заведений. Интенсивность цвета дает популярнее сочетание этих параметров. Есть три аттрактора успеха:



Уточнение рекомендаций для кафе в Tier3

Оставлено распределение только кафе и сделан zoom на центральной области Tier3
Оптимальный путь определяется точками касания изобар вертикальных линий сетки
Изобары являются линиями равного уровня бизнес-риска



В результате анализа всех трех частей приходим к трем группам выводов (цитировались вначале)

ЧТО ОТКРЫВАТЬ

- Рекомендуем начать бизнес с открытия заведения типа кафе.

Причины:

- данный тип заведений составляет 40% сегмента рынка, что подтверждает его низкие риски;
- статистика размеров (кол-ва мест) заведений данного типа дает основания считать, что бизнес можно расширять постепенно, без высокой стартовой цены входа.

ГДЕ ОТКРЫВАТЬ

- *Рекомендуем районы Москвы:* Пресненский, Сокол, Беговой, Мещанский, Алексеевский, Ростокино, Чертаново, Академический, Черемушки, Коньково, Теплый стан, Гагаринский.
- *Наилучшие улицы:* Пресненская набережная, Ленинградский проспект, проспект Мира, Кировоградская улица, Профсоюзная улица, проспект Вернадского.

КАК РАЗВИВАТЬ

- первое кафе оптимально имеет 26 +/- 5 мест;
- далее следует добавлять новые кафе такого же размера;
- минимальные бизнес-риски достигаются при размере сети в 10 кафе;
- далее следует продолжать увеличивать сеть до 20 кафе, при этом можно добавить в каждое по 1 месту (27 +/- 5);
- Дальнейший рост бизнеса менее рискован, если начать вторую сеть кафе – к пункту 1.

Заключение: о правильной трактовке рекомендаций или что нужно еще для успеха

ЧТО ЕСТЬ В РЕКОМЕНДАЦИЯХ

Наши рекомендации гарантируют лишь существование успешного бизнес-решения для старта нового заведения питания в рекомендуемом нами диапазоне параметров, однако их нельзя рассматривать как гарантию успеха - сам путь к успеху еще предстоит найти предпринимателю, привлекающему инвестиции.

Таким образом, рекомендованный нами диапазон параметров, согласно статистике, представляет наименьший риск бизнеса и относительную простоту в самостоятельном нахождении оптимального решения (см. столбец справа) для большинства успешных бизнесменов и доверяющих им инвесторов.

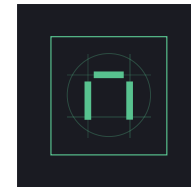
Мы ничего не можем посоветовать про идею обслуживания роботами вместо обычных официантов – у нас нет такой статистики для анализа, поэтому эта идея для обсуждения с продуктовым маркетингом.

ЧТО НУЖНО ДОБИТЬСЯ РУКОВОДИТЕЛЮ

Бизнесмену, следующему нашим рекомендациям, следует быть достаточно опытным в данном бизнесе, чтобы знать или суметь быстро найти форму ведения бизнеса, оптимальную для заведения рекомендуемых параметров.

Оптимизировать самостоятельно придется вопросы по маржинальности и рискам бизнеса:

- стоимость аренды помещения
- паркуемость места вблизи (для машин клиентов)
- количество и штат персонала в зависимости от необходимых объемов производства
- скорость расширения (при ROI = 1 или же 2)
- продуктивное предложение и маркетинг
- покупать ли лицензию на спиртное, и прочее



СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ !