

Рынок заведений общественного питания Москвы

Исследование по поручению заказчика и полученные результаты

Вступление

- Предстоит задача - на основании полученных данных проанализировать ситуацию на рынке заведений общественного питания, найти интересные особенности и подготовить результаты, на основании которых заказчик сможет понять, что нужно сделать для открытия заведения, которое впоследствии станет популярным.
- Этим заведением оказалась кофейня, подобная заведению из сериала "Друзья". Попробуем выяснить, насколько это реализуемо.
- Источник данных – датасет с информацией об общественных заведениях города Москвы

Выводы (анализ заведений)

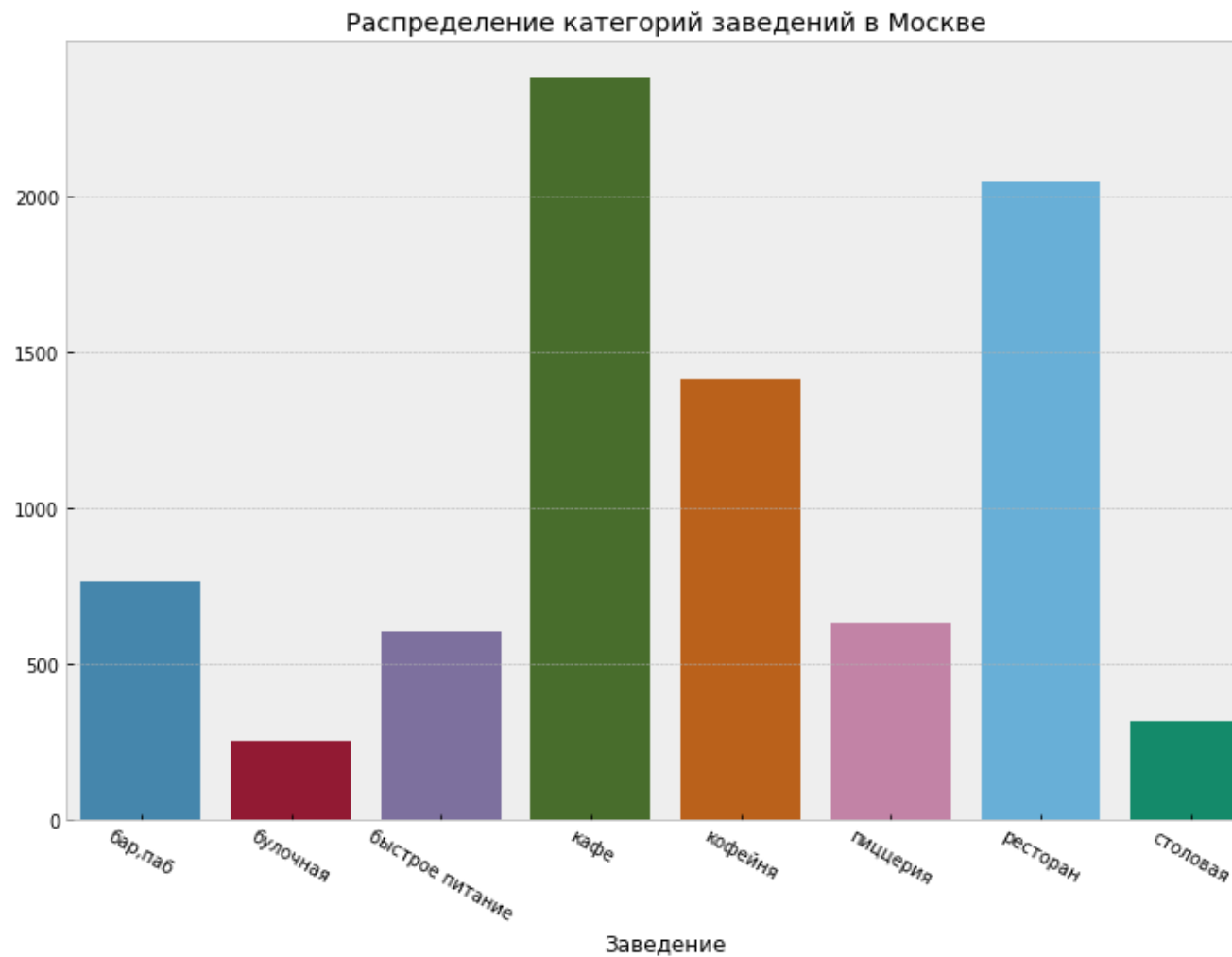
- Самые популярные категории заведений - кафе, кофейня и пиццерия. С одной стороны, это повод задуматься об открытии такого же заведения, чтобы быть уверенным в получении прибыли, что и было решено заказчиком. С другой стороны, очень важно, как будет реализована задуманная идея.
- Количество посадочных мест, в целом, может быть любым. Но, если заказчик планирует сделать место популярным, нужно понимать, что наплыв людей неизбежен и их нужно будет где-то разместить.
- Стоит учесть, что в среднем ценовом сегменте довольно много сетевых заведений, которые стали выбором людей, и это говорит о том, что конкуренция в таком случае неизбежна.
- Необходимо поддерживать высокий уровень удовлетворенности клиентов. Читая положительные отзывы в интернете, человек обязательно посетит заведение
- Идеальное место открытия заведения - там, где большая проходимость и там, где отсутствуют или минимальное количество конкурентов. Возможно, улицы, где расположено лишь 1 заведение, неплохой выбор. Если проходимость высокая, это повод открыть свое дело там.
- Перед открытием заведения следует определиться, работа будет вестись на качество или количество. При выборе первого нужно рассматривать центр или запад Москвы. В этих районах люди очень требовательны к качеству продукта, поэтому сэкономить не получится. При выборе второго лучше, наоборот, отказаться от центра и запада, потому что аудитория из этих районов не будет интересен бюджетный ценовой сегмент заведения.

Выводы (открытие кофейни)

- Следует понимать, что кофеен в городе уже довольно много. И все они имеют высокий рейтинг. У сериала "Друзья" большая фан-база, и, скорее всего, эта аудитория и станет ключевой для заведения. То есть, мы говорим о подростках и людях в возрасте до 30-35 лет.
- Для набора популярности место обязательно должно быть проходимым. Открываться в соседнем здании от конкурента - не лучшая идея, потому что ваша прибыль частично будет уходить конкуренту, т.к. 100% прохожих не будут выбирать ваше заведение.
- Идеально подобранное место должно находиться в окрестности достопримечательностей, парков, недалеко от метро и, возможно, бизнес-центров. Тогда и иностранные туристы, и подростки, и офисные работники смогут посещать это заведение, а число посетителей напрямую влияет на прибыль.
- Стоит не забывать, что в кофейню люди идут, в первую очередь, выпить вкусный кофе, поэтому нужно грамотно подойти в выбору сорта и поставщика.
- Почему люди должны выбрать это заведение? Один из ключевых факторов - цена. Лучше ориентироваться на средний сегмент, поскольку он наиболее популярен в городе, и многие смогут позволить себе такой продукт. Другой важный фактор - атмосфера. Человеку должно быть комфортно в стенах заведения. Третий - фишка заведения. Никому не интересно постоянно ходить в заведение, ничем не отличающееся от других. Воплощение в реальность кофейни из сериала - хорошая идея, но реализовать ее нужно правильно.
- Перед открытием нужно провести дополнительные исследования по маркетингу, проходимости точек и свободных помещений для аренды.

Доказательства

Топ-3 популярных категорий занимает более половины общего количества заведений в Москве. Кофейни в их числе, и их практически 1500 на данный момент.



Сетевые и несетевые заведения

Сетевых кофеен несколько больше, чем несетевых. Хотя, в целом, сетевые заведения составляют 38% от общего количества – здесь этот показатель выше. Повод задуматься о создании сети в будущем. При этом посадочных мест в кофейнях, в среднем, около 60 – найдется место и для тех, кто забежал на 10 минут на перекус, и для тех, кто решил поработать за пределами своего дома.

Групповая диаграмма количества сетевых и несетевых заведений по категориям в Москве

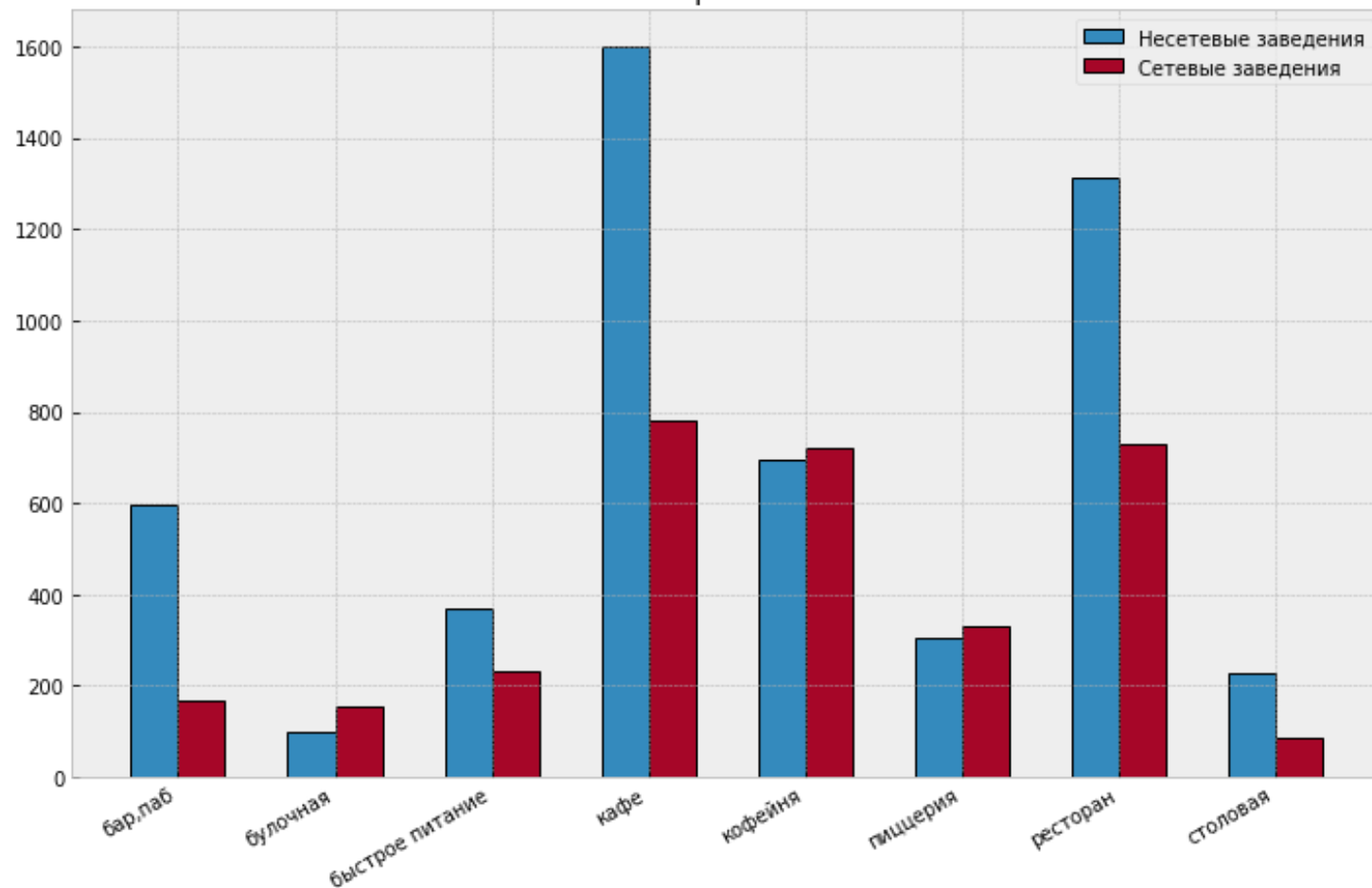
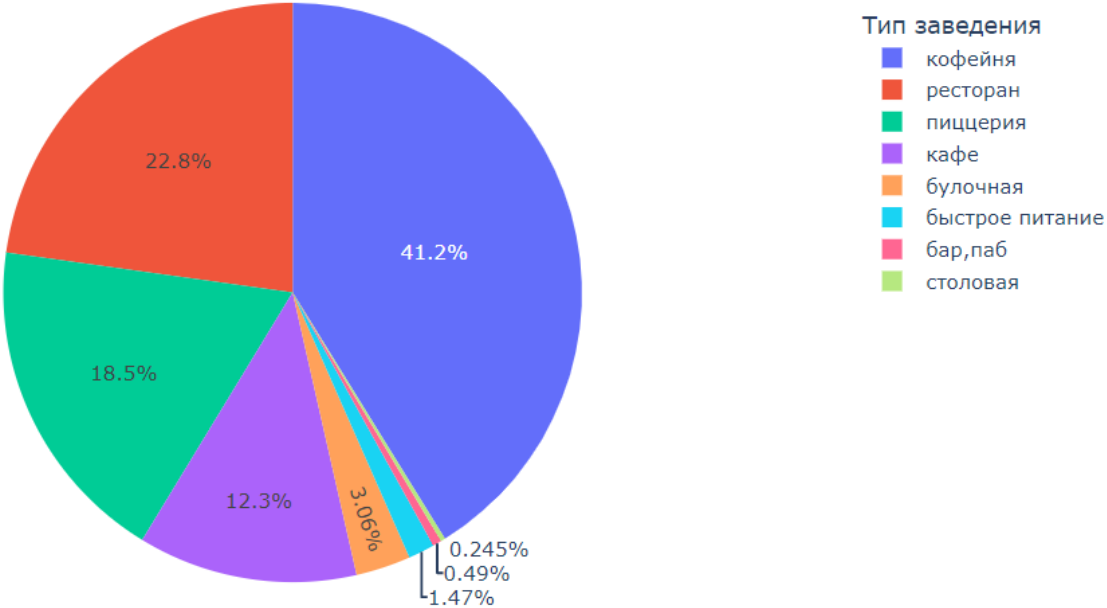


Диаграмма распределения типов заведений среди топ-15 в Москве

ТОП-15 популярных мест



Данная диаграмма отражает, какую долю занимает каждая категория заведения среди топ-15 сетевых заведений. Кофейни удерживают более 40%: конкуренция с сетевыми заведениями будет высокой, и нужно обдумать, как ее выдерживать.

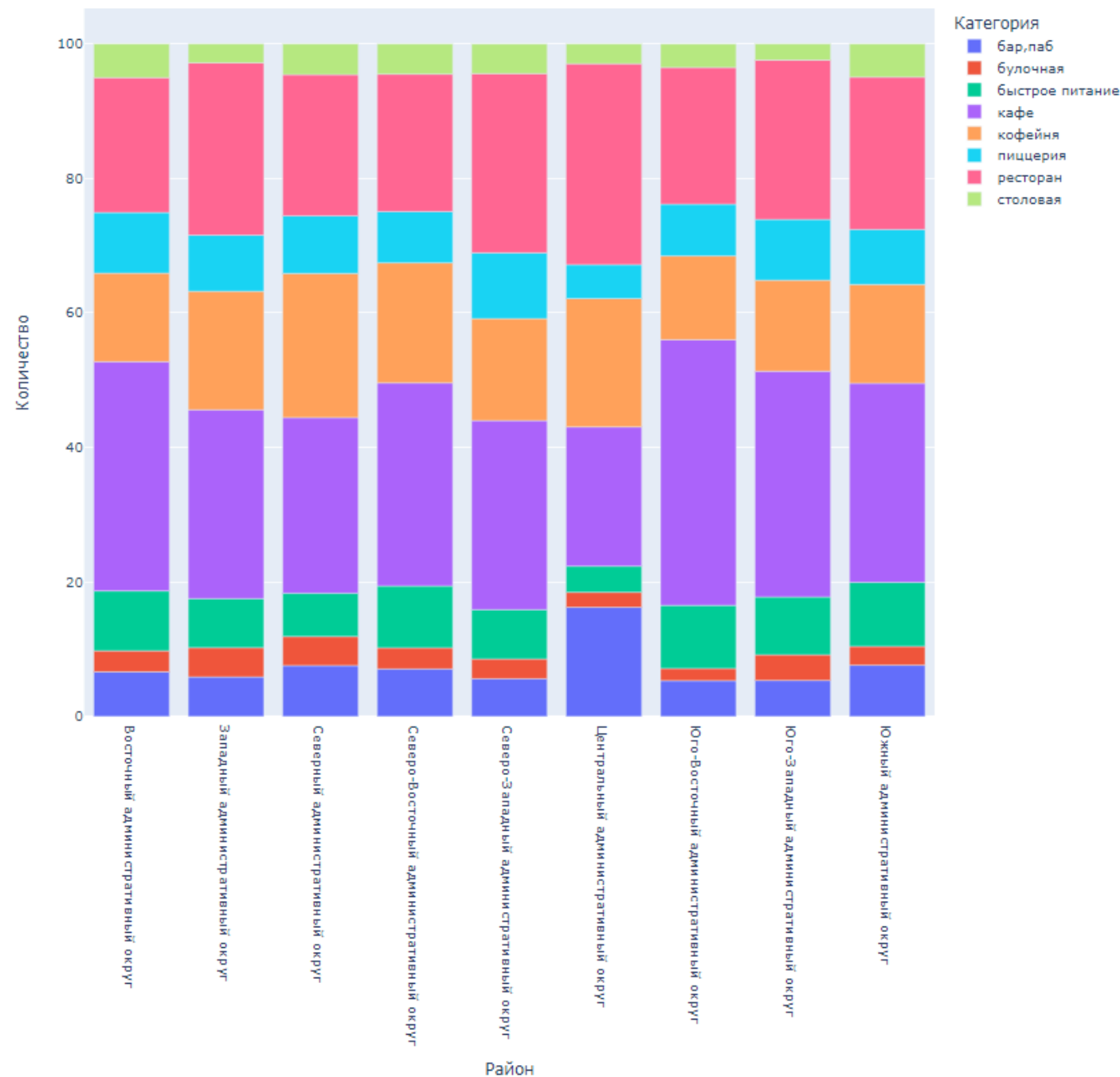
Средний ценовой сегмент – основа популярных заведений.

3	средние	210
2	низкие	23
1	выше среднего	6
0	высокие	2

Распределение заведений по районам

В центре кофейни занимают высокую долю от общего числа заведений, а вот на Юге Москвы таких заведений, наоборот, не хватает.

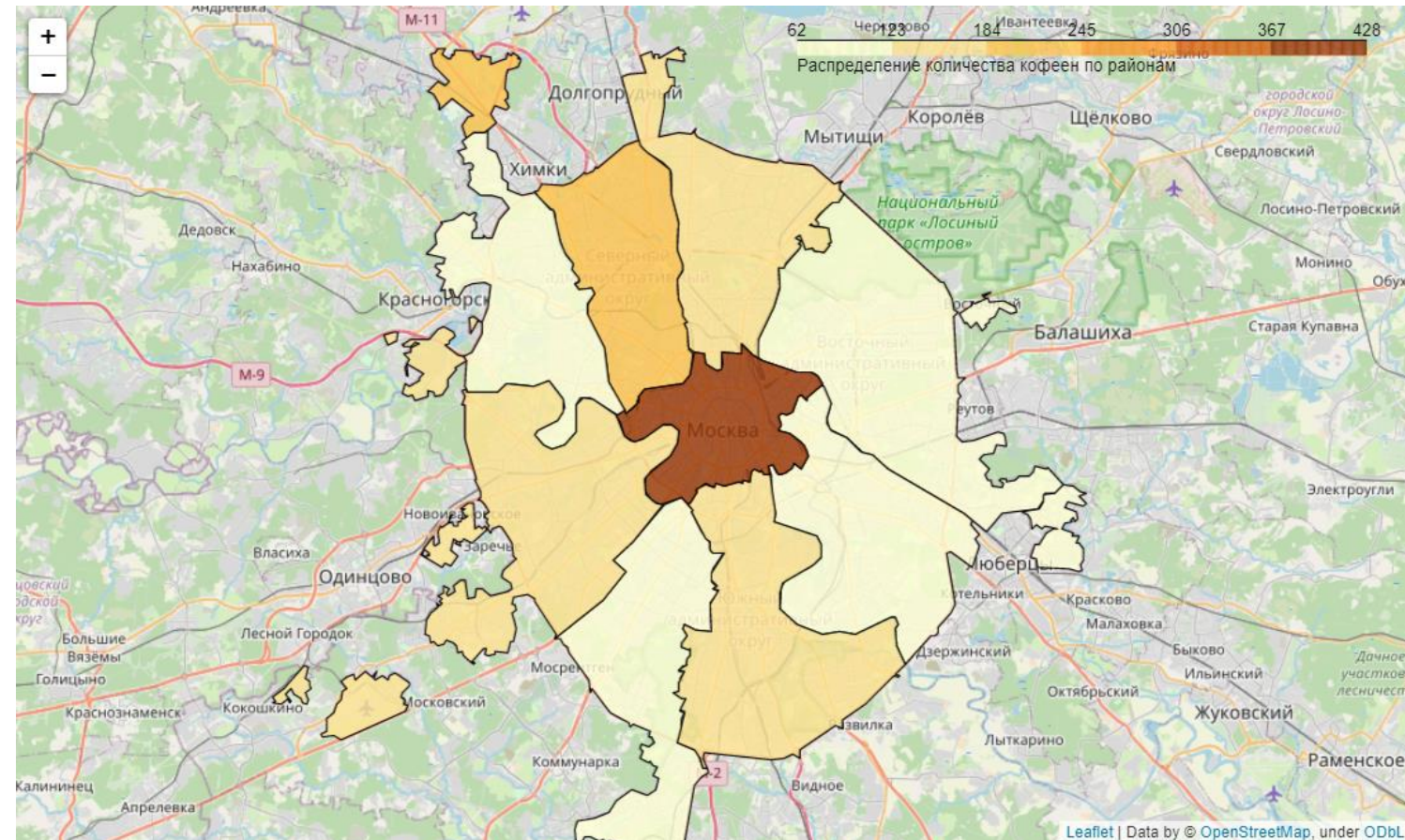
Типы заведений по районам (в процентах)



Сколько кофеен в каждом районе?

В центре кофейен сильно больше, чем в других районах Москвы. Возможно, стоит подумать о размещении заведения на Юге или на Востоке.

При выборе графика работы заведения не стоит рассматривать круглосуточный вариант, поскольку он не популярен среди кофеен.

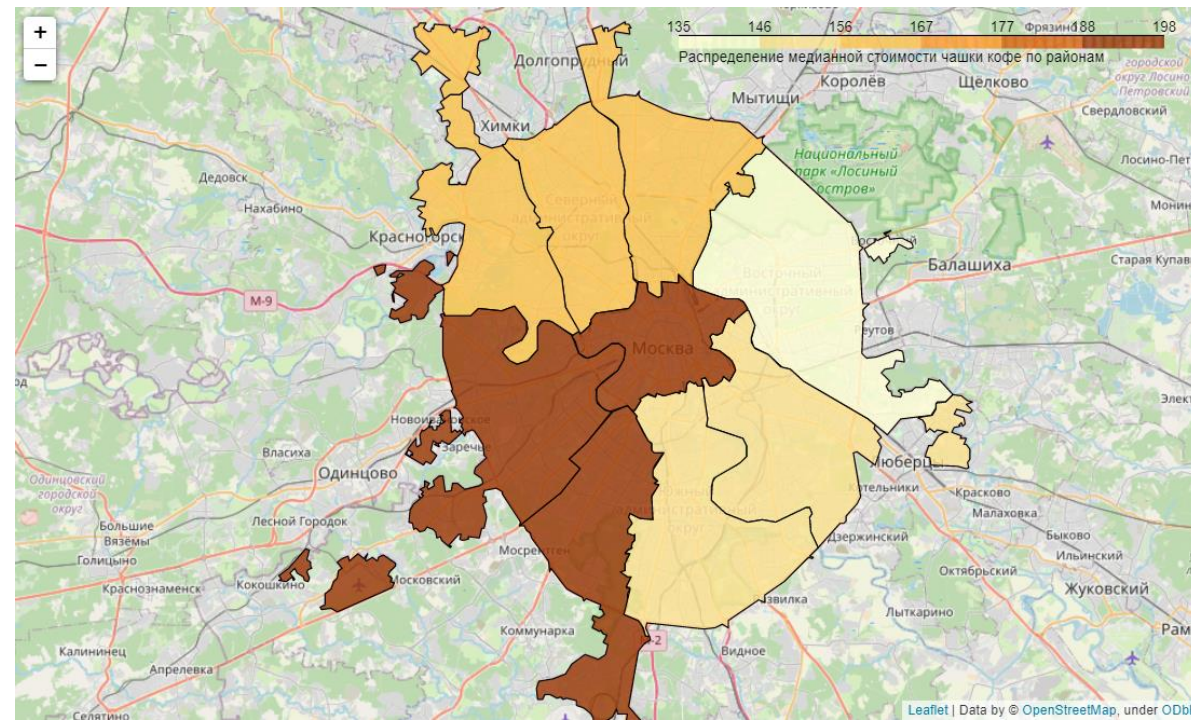
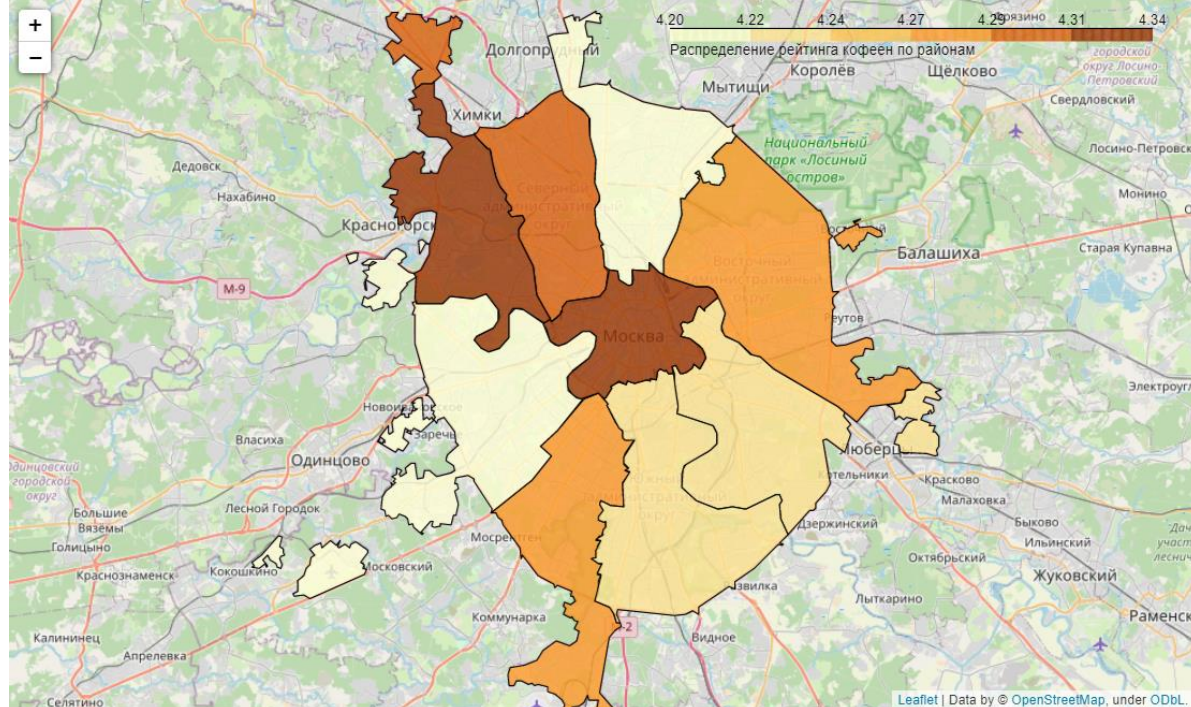


Связь цены и удовлетворенности клиентов

Верхний график – распределение среднего рейтинга по районам, а нижний – распределение медианной стоимости чашки капучино.

Очевидно, что высокая цена, которая должна быть оправдана качеством продукта, не влияет на степень удовлетворенности клиентов положительно.

На востоке наблюдается интересная ситуация – кофе стоит дешево относительно других районов, а рейтинг там один из высоких.



Поиск хорошего места для открытия

Например, в районе парка Горького наблюдается не так много кофеен, а это место очень популярно среди подростков. Следует узнать, какие помещения сдаются в аренду в этом районе и, возможно, одно из них станет будущей кофейней мечты.

