

Исследование рынка общественного питания Москвы

03.03.2021

Выполнил Агамет Агаметов
Студент ДА-18
e-mail: vipanzer@yandex.ru

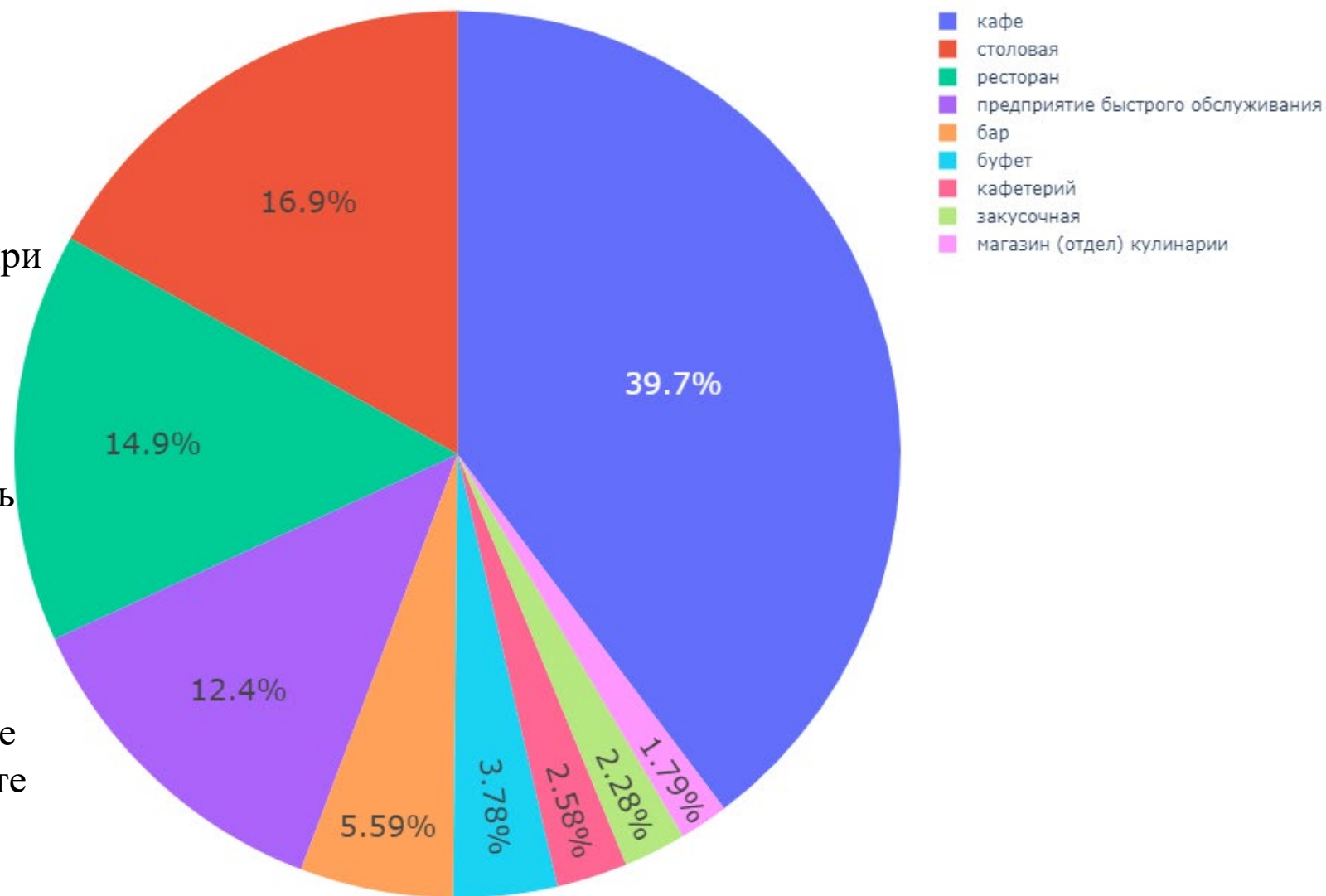
Оглавление

- Слайд 3 – Общий вывод
- Слайд 4 – Типы объектов
- Слайд 5 – Доля сетевых
- Слайды 6-7 – Доля сетевых по типам
- Слайд 8 – Посадочные места
- Слайд 9 – Топ улиц
- Слайд 10 – Рекомендации

Общий вывод

- Самый массовый тип объектов общественного питания (ООП) – **кафе**
- К **сетям** относятся меньше одной пятой всех заведений.
- Сетевая форма организации присуща в наибольшей степени **предприятиям быстрого обслуживания**
- Лидируют по среднему и медианному количеству посадочных мест **столовые**
- В лидерах по количеству заведений проспекты, шоссе и другие длинные улицы, проходящие в нескольких районах Москвы

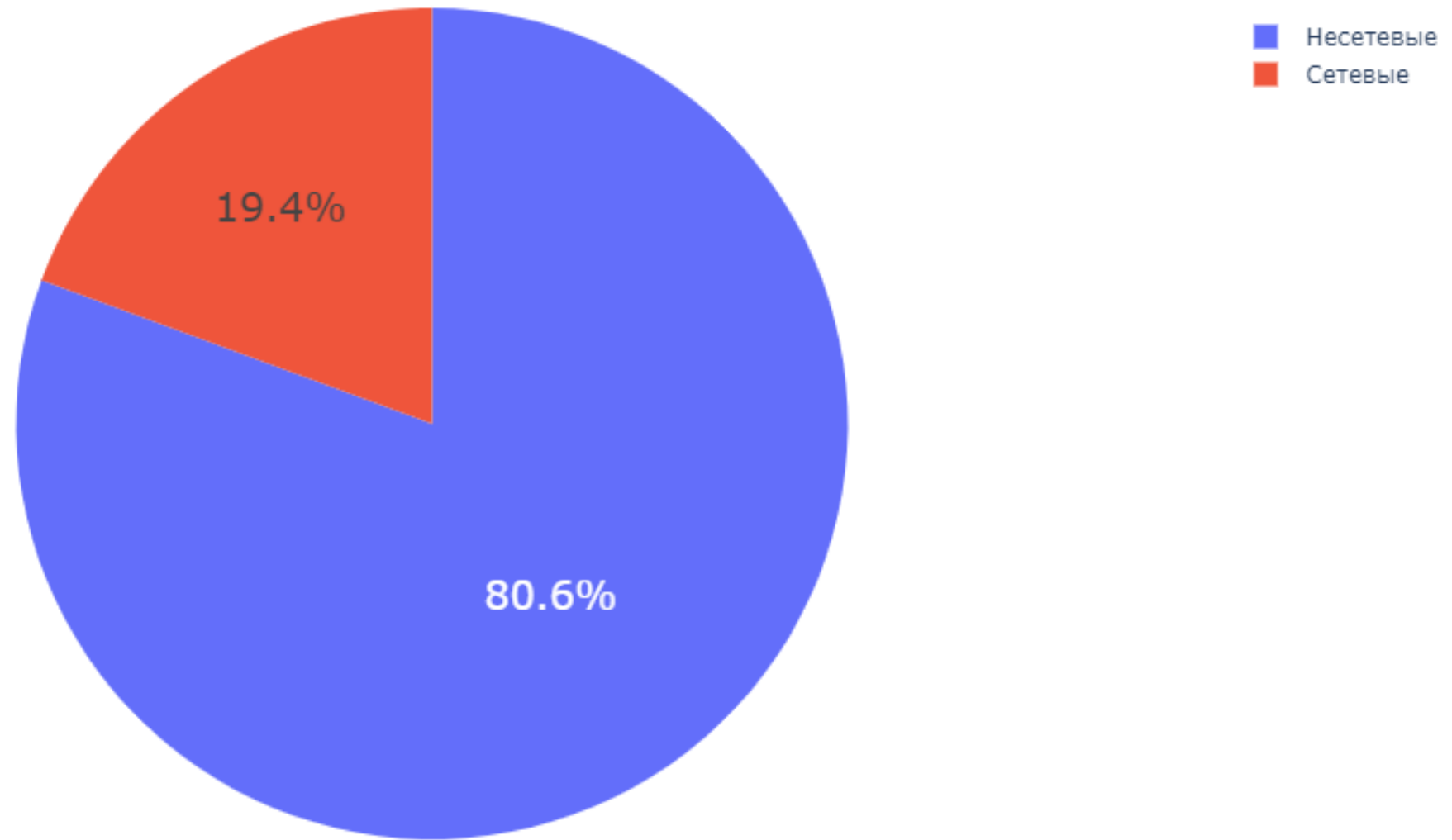
Соотношение типов объектов общественного питания по количеству



- Универсальность **кафе** заставляет предпринимателей выбрать этот тип заведения.
- Причина большого распространения **столовых** - это основной тип заведений при организациях/учреждениях/учебных заведениях.
- Хороших шеф-поваров для **ресторанов** значительно меньше, чем желающих стать рестораторами.
- **Предприятия быстрого обслуживания** значительно чаще выбирают предприниматели, чем другой тип ООП не предусматривающий потребления на месте - закусочные.

Соотношение сетевых и несетевых заведений по количеству

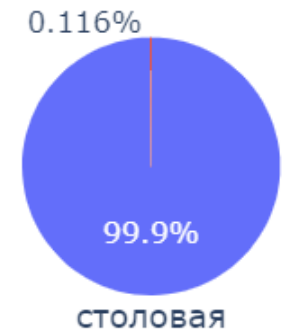
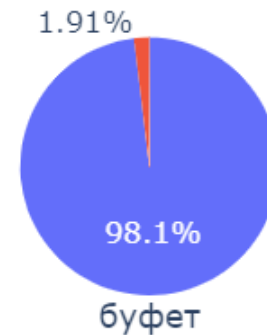
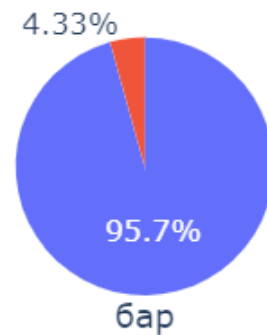
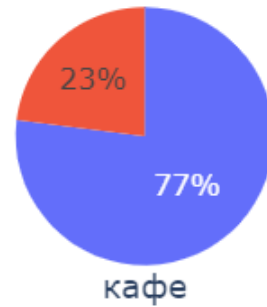
К сетям относятся меньше одной пятой всех заведений. Такое соотношение сложилось давно. Возможно, это связано с большей сложностью процессов управления. Также малую долю заведений можно объяснить простой достаточностью. Владелец сети не один раз подумает, прежде чем открывать новую точку.



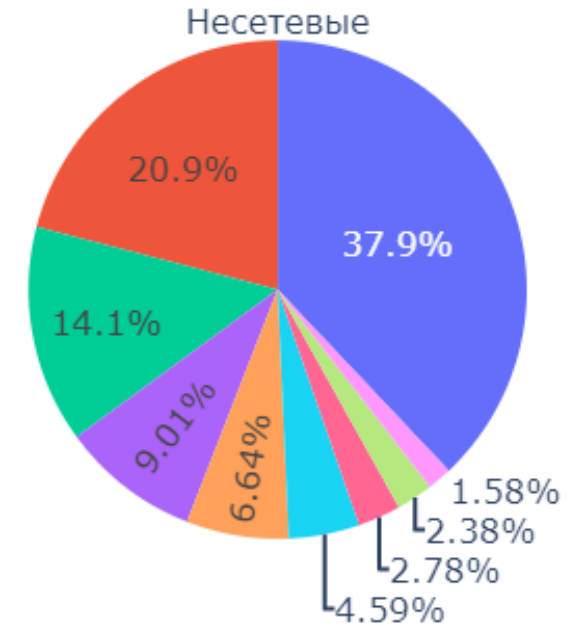
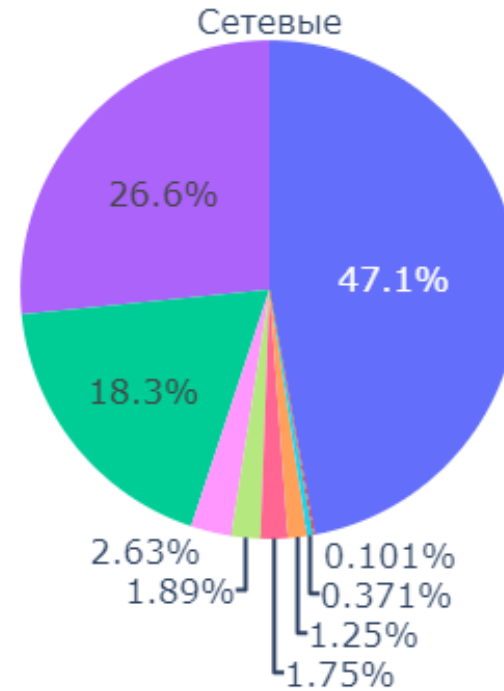
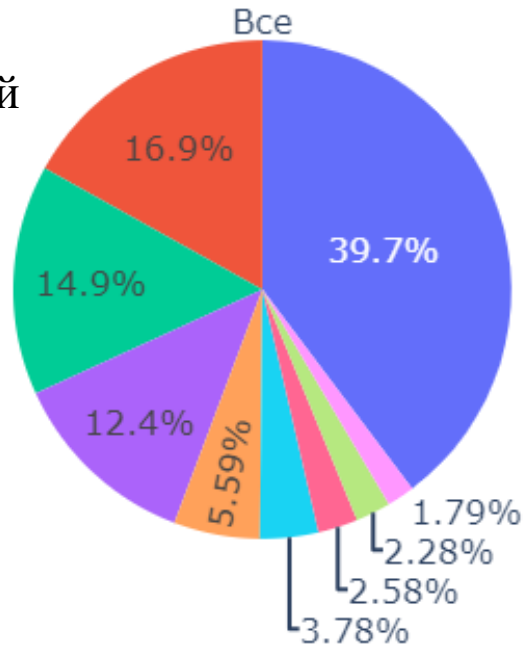
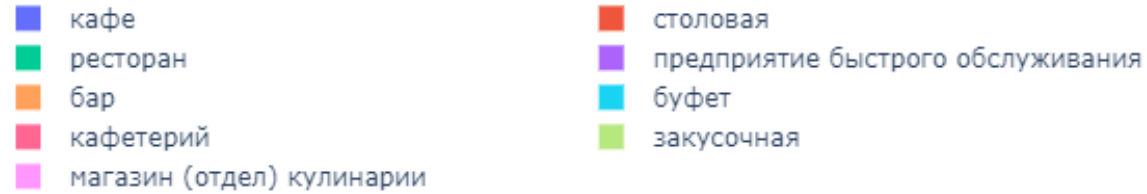
Соотношение сетевых и несетевых заведений по типам

■ Несетевые
■ Сетевые

- **Предприятия быстрого обслуживания** проще в масштабировании и оптимизации процессов.
- **Магазины (отделы) кулинарии** по причине интереса к наименее развитому сегменту со стороны уже существующего сетевого продуктового ритейла, открывающих у себя отделы кулинарии.
- Сетевые **рестораны** и **кафе** могут брендом компенсировать отсутствие именитого шефа и гарантировать уровень ассортимента и сложности блюд.

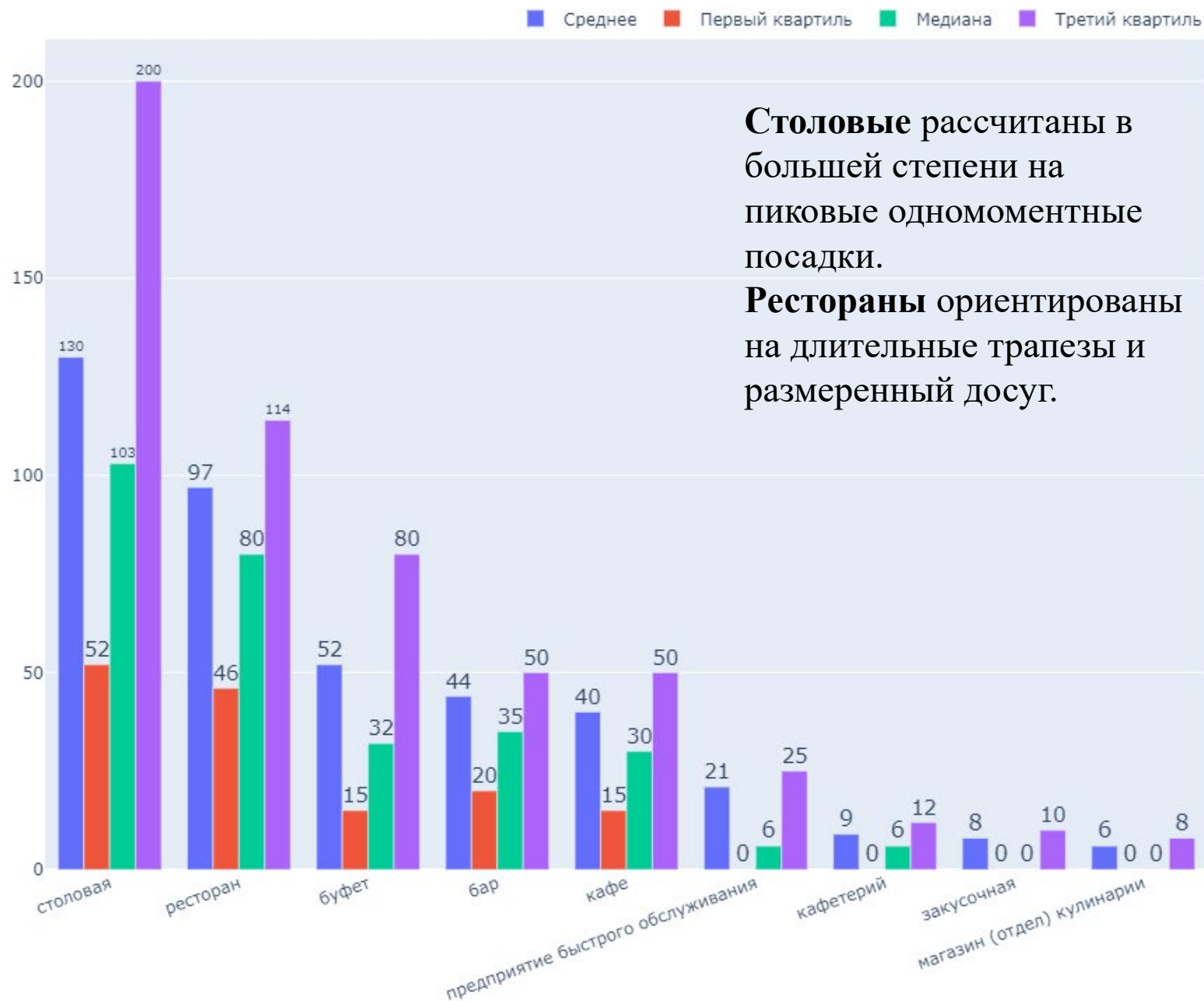


Соотношение типов объектов общественного питания по количеству

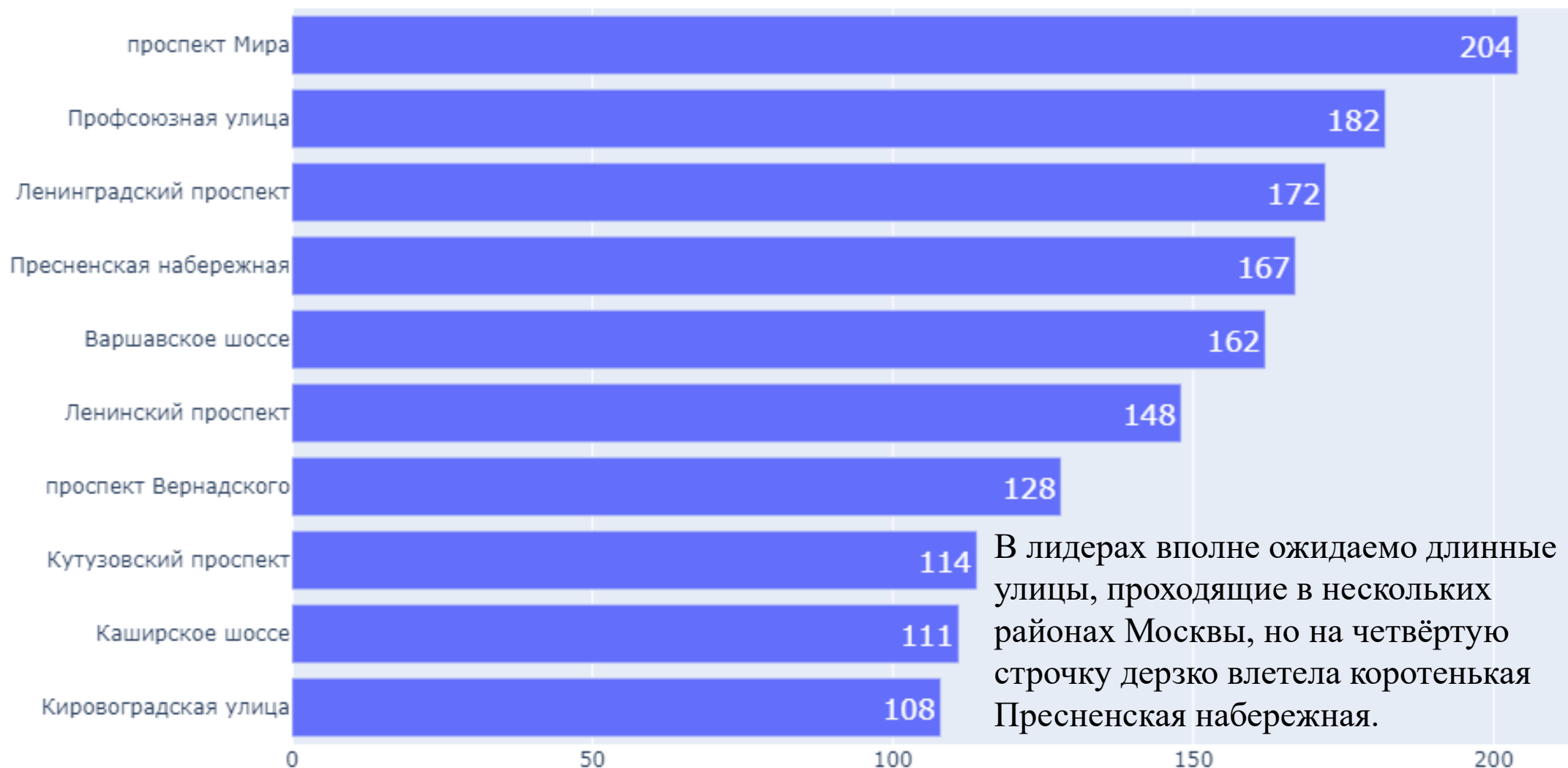


- Доля **предприятий быстрого обслуживания** в структуре сетевых заведений в 2,92 раза выше, чем в несетевых.
- Доля **магазинов (отделов) кулинарии** в 1,68 раза выше.
- Доли **ресторанов** и **кафе** в 1,31 и 1,24 раза выше.

Распределение посадочных мест по типам заведений



Топ-10 улиц по количеству объектов общественного питания



Рекомендации

- *Наша вводная - небольшое кафе, где гостей должны обслуживать роботы.*
- Для первого заведения локацию стоит поискать в районах, где больше улиц с одиноким объектом общественного питания. Мы здесь концепцию показываем, и соседство с традиционными заведениями сильно не мешает. Зато высокая проходимость.
- Роботы в итоге должны оптимизировать обслуживание посетителей, а значит наше кафе по количеству посадочных мест может быть над третьим квартилем - 50 мест наш ориентир. А небольшим кафе будет за счёт оптимизации пространства - роботам, в отличие от официантов много места не нужно.
- А вот филиалы можно и нужно делать меньше, на этом этапе к нам приходят за скоростью обслуживания, а не поглазеть на роботов, а значит задерживаются у нас меньше времени. Но в массу заведений с нулевым количеством посадочных мест - всякие фудкорты - не лезем, не наша тема.