

Рынок заведений общественного питания Москвы

Выполнил: Григорий Аблогин, студент 46 когорты

Исследование на базе открытых данных

Июль, 2022 г.

Цели исследования:

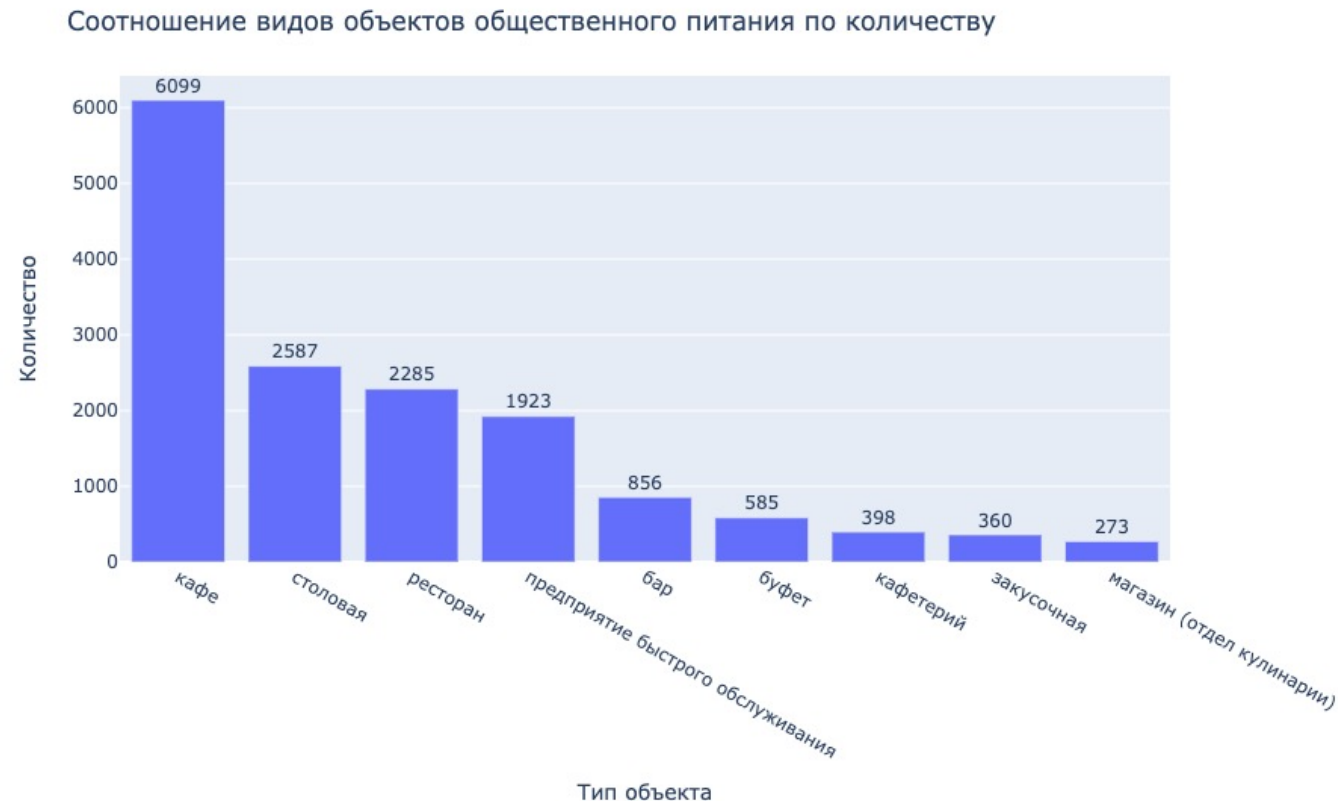
- подготовить исследование рынка общепита Москвы для партнеров, которые собираются открыть небольшое кафе, в котором гостей будут обслуживать роботы-официанты. База для исследования - открытые данные о заведениях общественного питания в Москве.

Общие выводы по исследованию

- Самое распространённое заведение - кафе, затем идут столовые, рестораны и фастфуд
- Доля сетевых заведений - около 20% (в основном это кафе и фастфуд)
- В сетевых заведениях в среднем не более 100 посадочных мест, а филиалов обычно не больше 5.
- Самые вместительные из сетевых – столовые и рестораны (около 100 мест), а бары и кафе уже рассчитаны на меньшее количество - около 50.
- Большинство заведений располагаются на следующих улицах: проспект Мира, Профсоюзная улица, Ленинградский проспект, Пресненская набережная, Варшавское шоссе, Ленинский проспект, проспект Вернадского, Кутузовский проспект, Каширское шоссе, Кировоградская улица
- Количество улиц с одним заведением на них – 571. При этом разница во вместимости с заведениями на топовых улицах совсем небольшая.

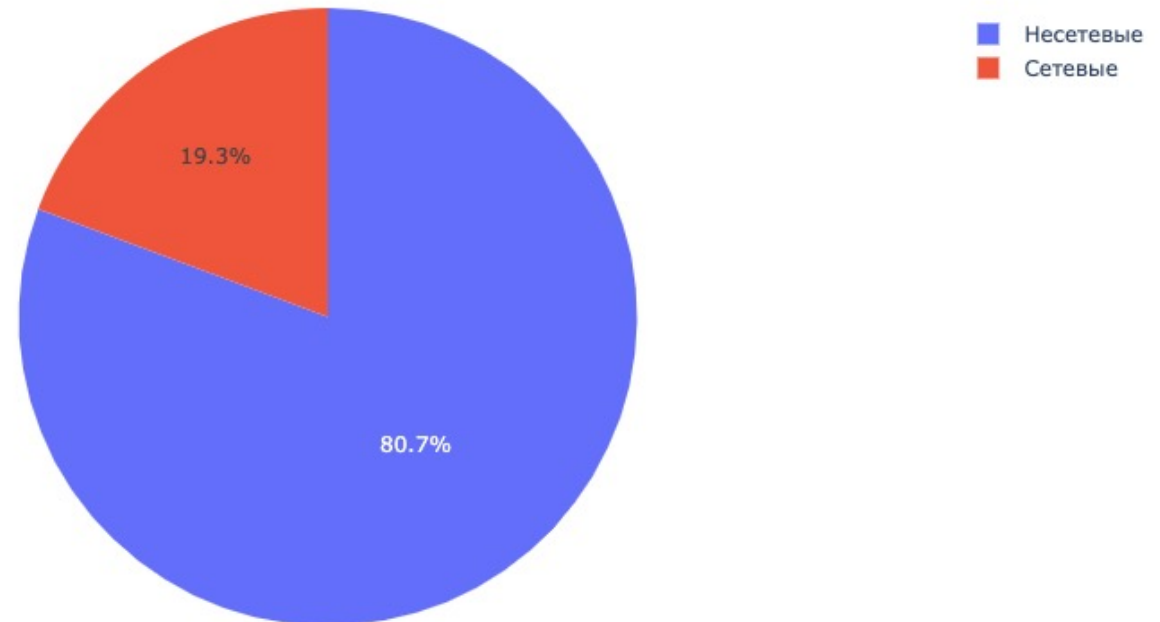
Самые распространенные заведения

Наибольшее количество типов объектов составляют кафе (с большим отрывом), затем идут столовые, рестораны и фастфуд, занимающие схожие доли.



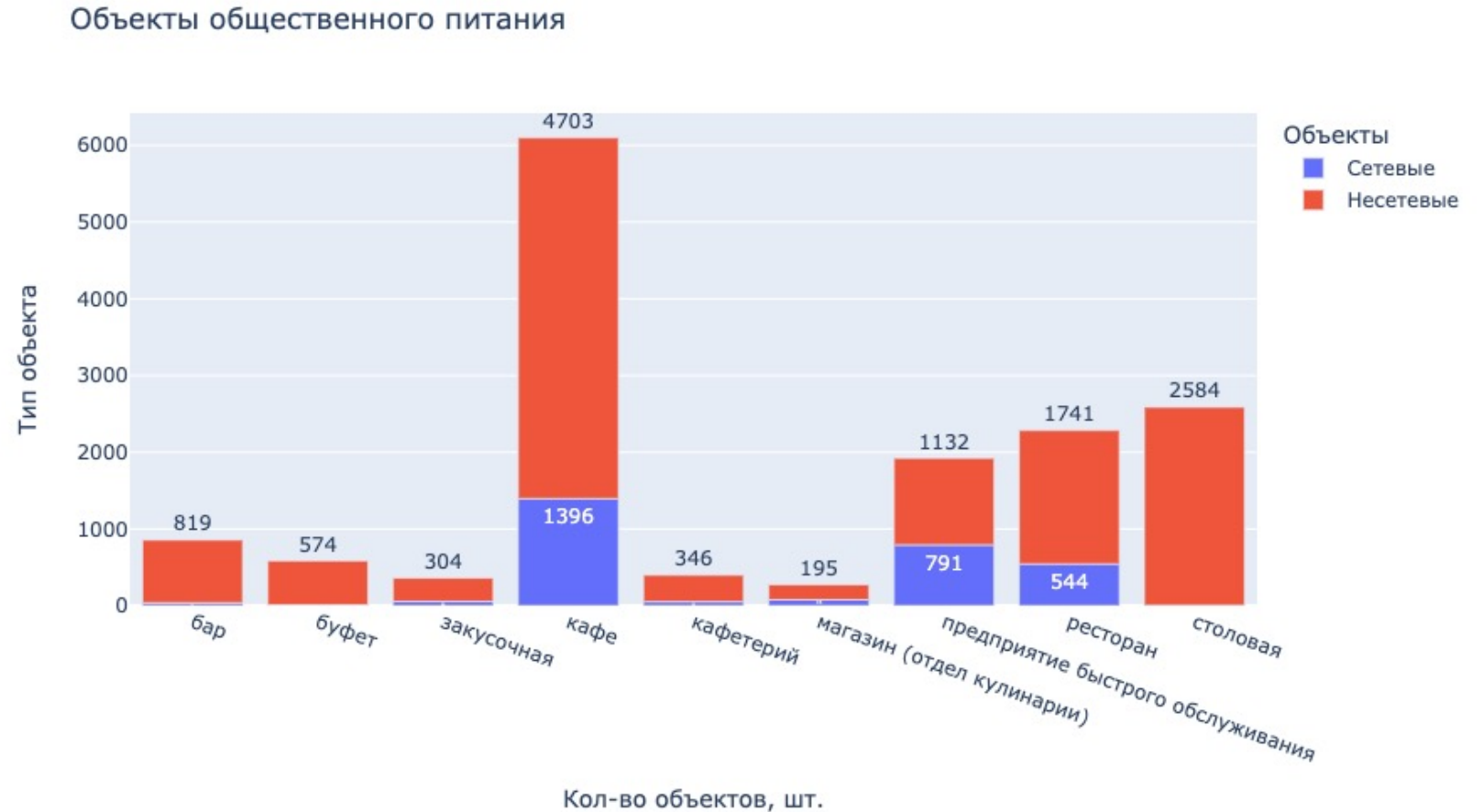
Несетевых заведений – больше всего

Соотношение сетевых и несетевых заведений по количеству



Соотношение сетевых и несетевых заведений

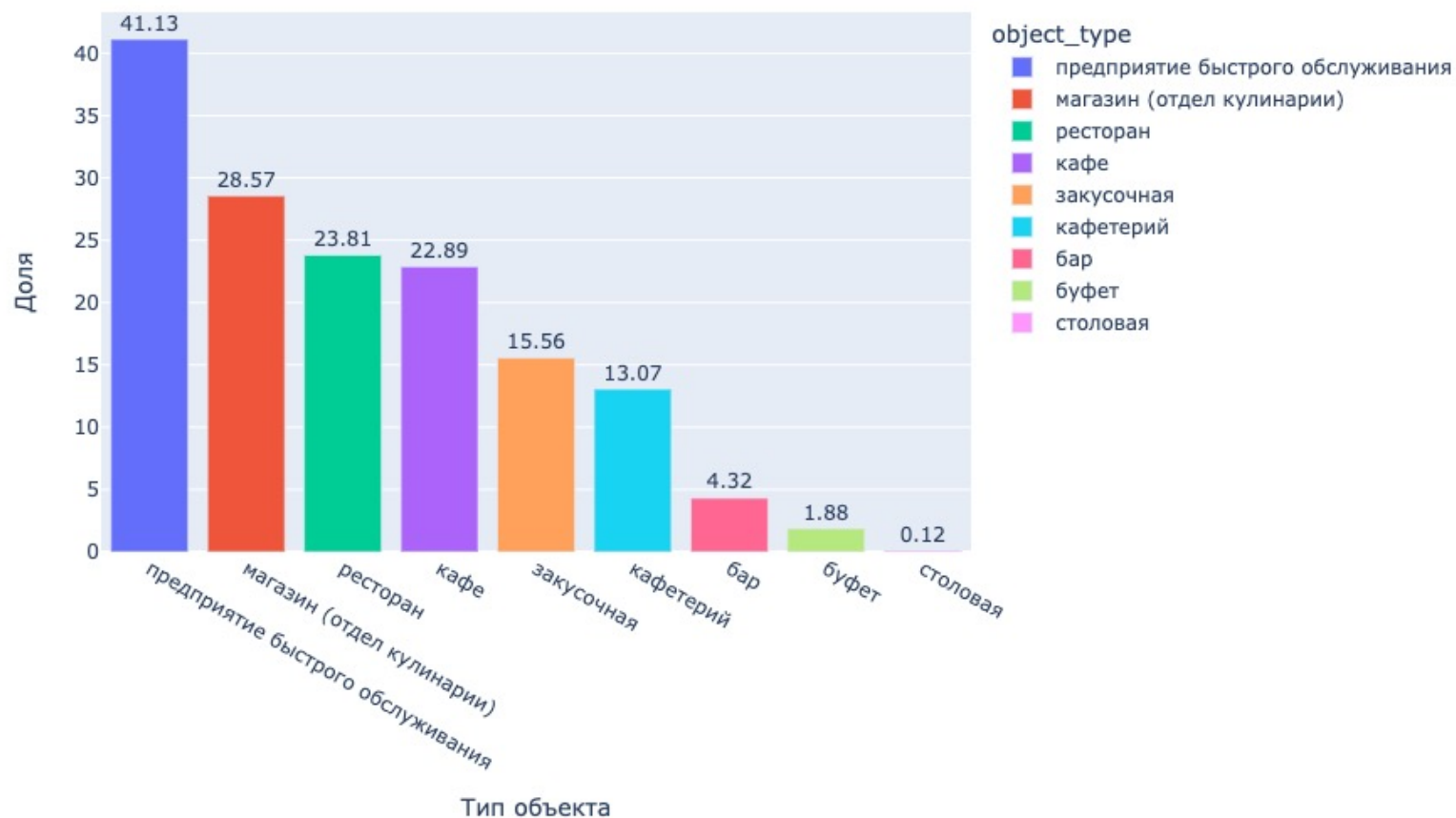
- Лидеры в распределении несетевых заведений те же, что и в целом по датафрейму.
- Основную массу сетевых заведений занимают кафе, фастфуд и рестораны. В остальных категориях практически нет сетей.



Доли сетевых объектов по категориям

- Сетевой фастфуд занимает практически половину своего рынка
- Схожую долю (около 25 %) в своих категориях занимают кулинарии, рестораны и кафе.

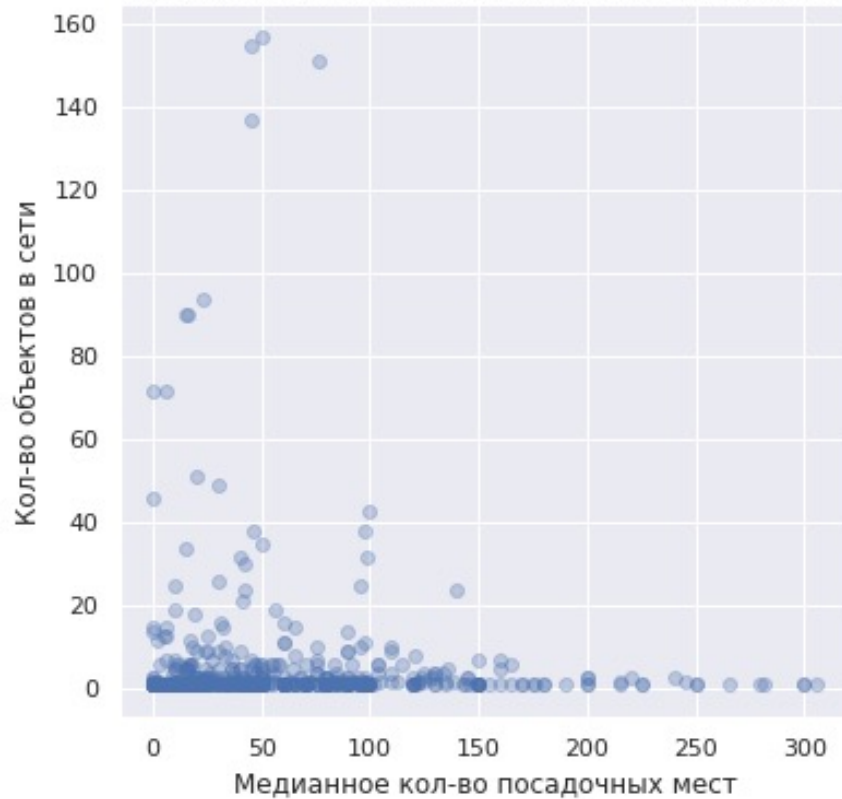
Доли сетевых объектов общественного питания для каждого типа



Сколько посадочных мест по сетям (в среднем)

В сетевых заведениях как правило не более 100 посадочных мест, а количество филиалов обычно не больше 5.

Совместное распределение количества сетевых заведений и их медианного количества посадочных мест



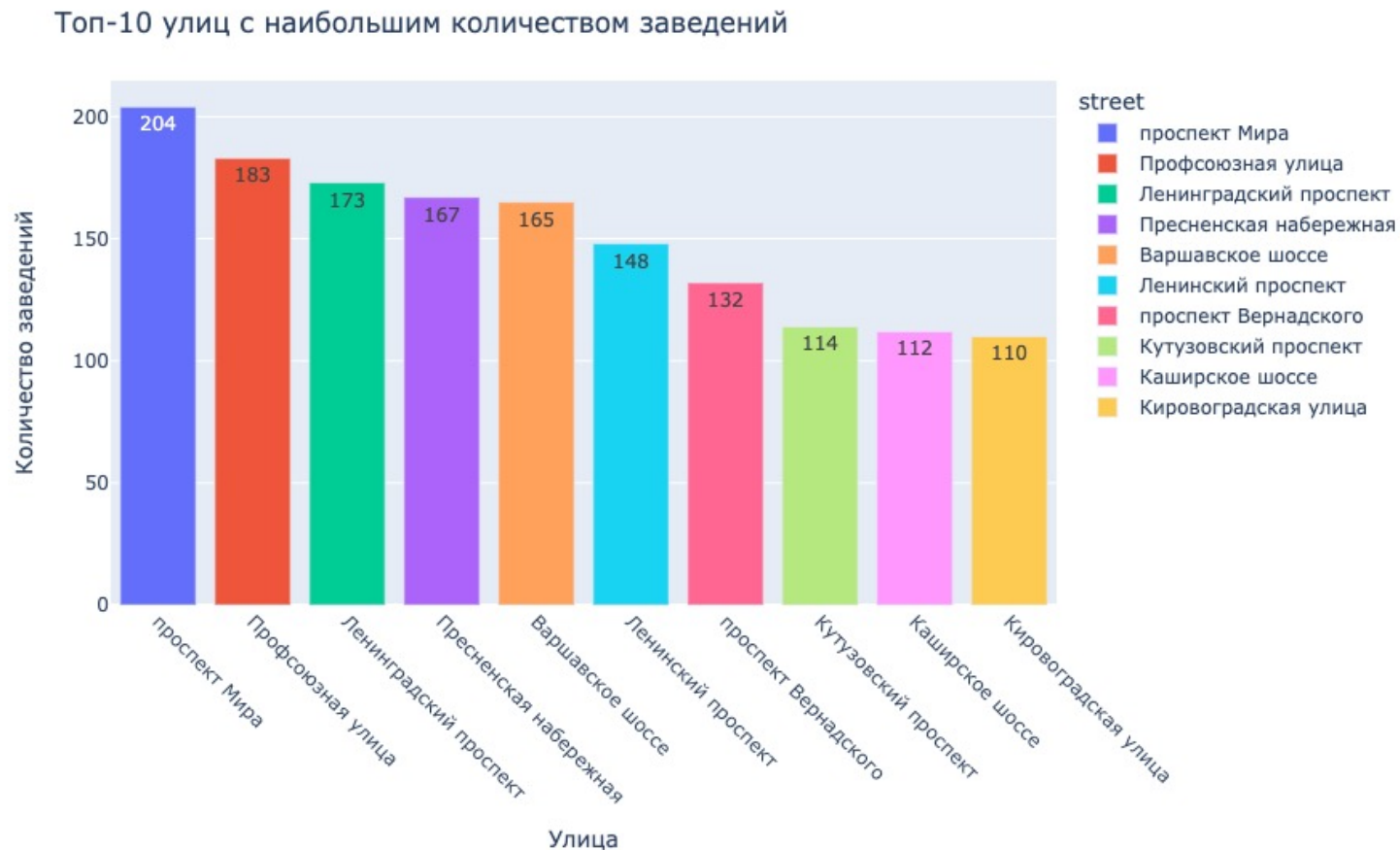
Средняя вместимость объектов (по категориям)

- У столовых и ресторанов наибольшее количество посадочных мест - в среднем более 100
- Бары и кафе уже рассчитаны на меньшее количество - около 50
- Различия между сетевыми и несетевыми заведениями небольшие – в районе 10 мест. Исключение – буфеты, которые редко бывают сетевыми



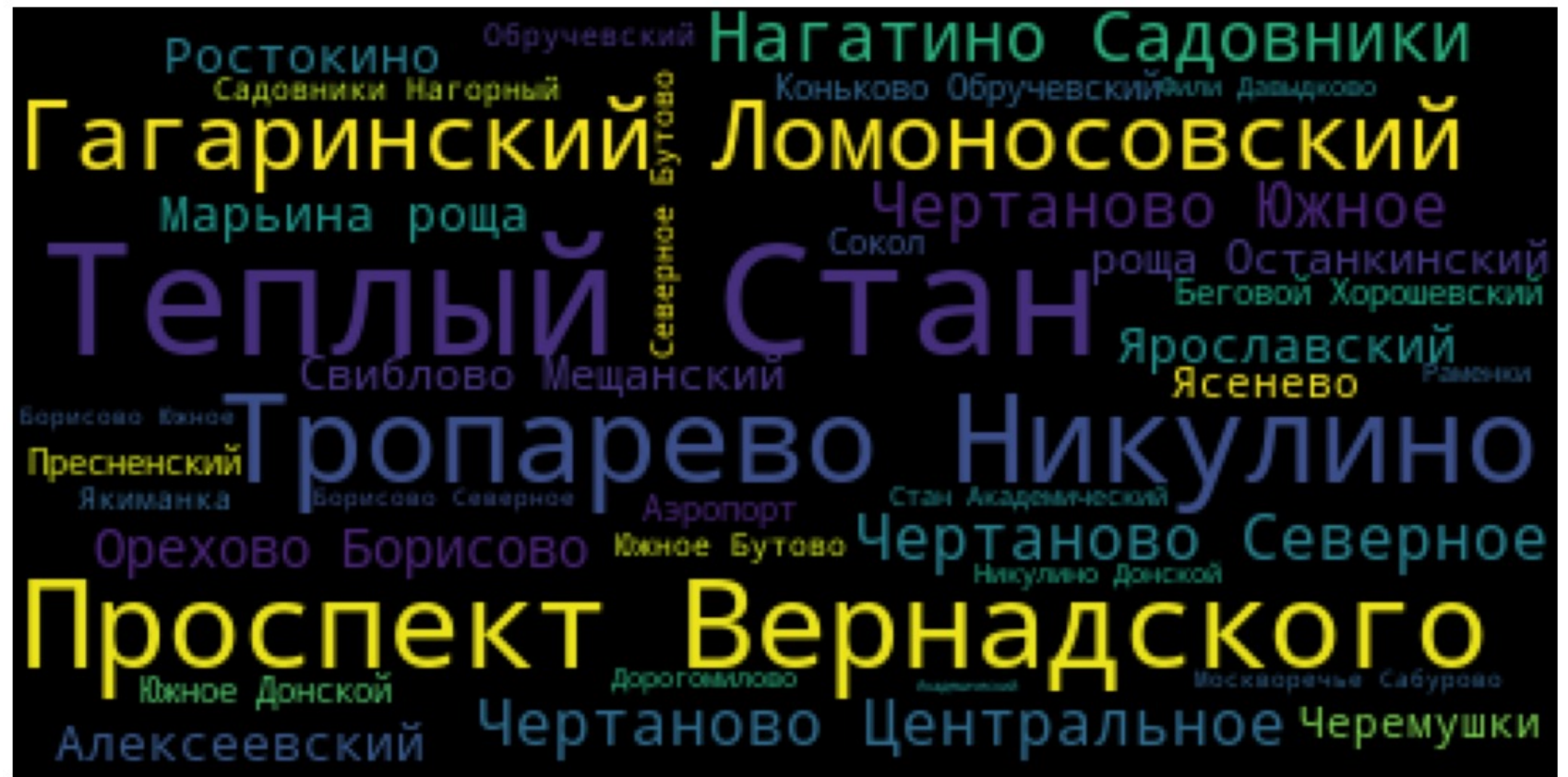
Топ-10 улиц по количеству объектов общепита

В топе оказались крупные и протяженные улицы Москвы, с большим людским потоком.



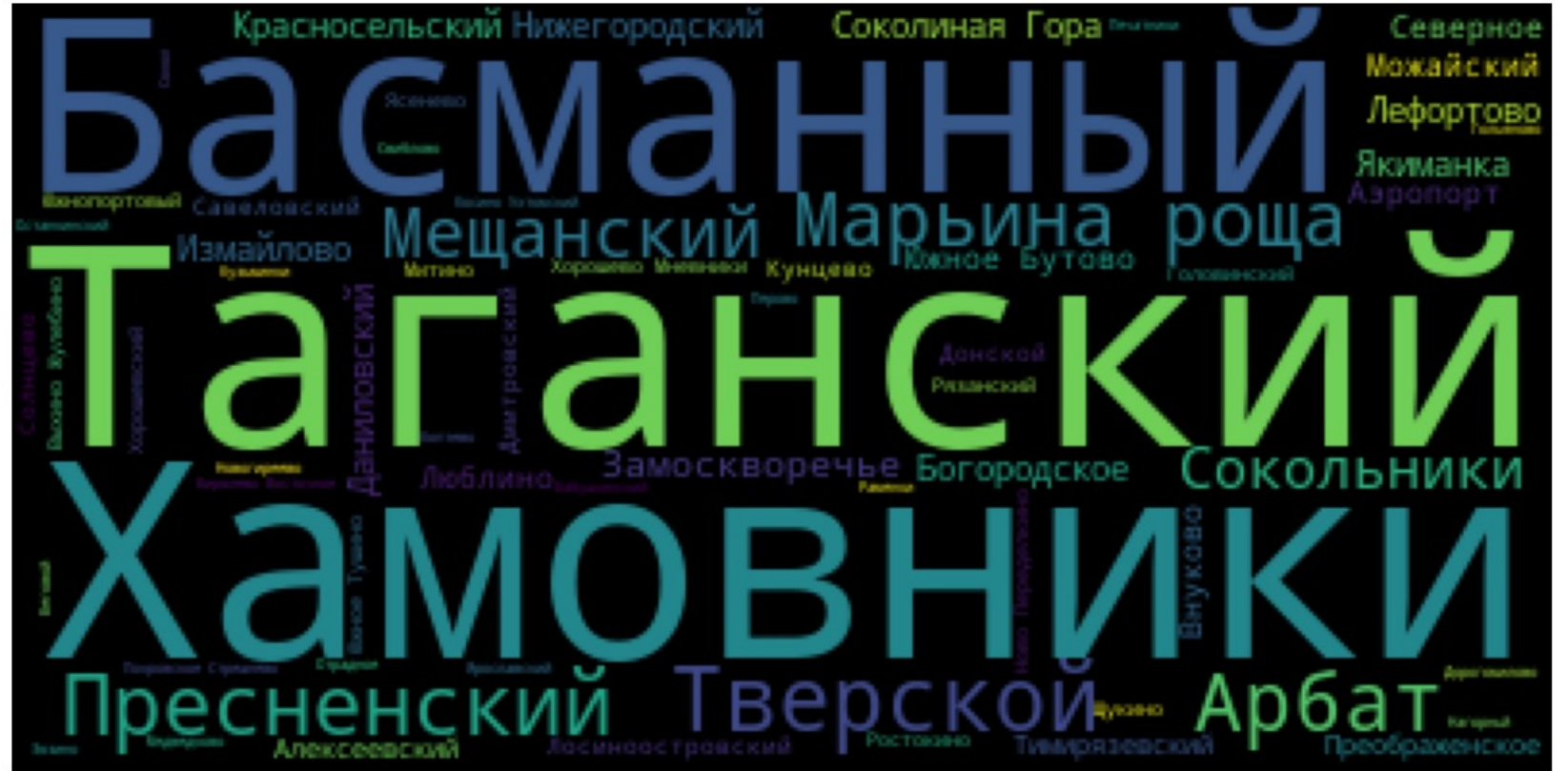
В каких районах находятся улицы из топ-10

Крупными надписями
выделены наиболее часто
встречающиеся в списке
районы



571 улица в Москве имеет только один объект общепита

- Как видим, в топе оказались центральные районы города
- Это можно объяснить более сильным сосредоточением улиц в этих районах и их меньшей протяженностью.
- Как правило, стоимость аренды в этих районах значительно выше, а основной поток людей сосредоточен на улицах с большим количеством заведений.



Рекомендации

- На рынке большая конкуренция между кафе, их количество превалирует над остальными типами заведений. Однако, оригинальная идея может привлечь посетителей в наше кафе.
- Можно также рассмотреть формат заведения быстрого питания, тут меньше конкуренции, а также больше перспектив превратиться в сеть (около 40 процентов заведений в этом сегменте - сетевые).
- В среднем количество посадочных мест колеблется в районе 40-50, можно ориентироваться на эти цифры как на усредненные.
- В зависимости от того, на что будет делать ставку наше заведение, можно рассмотреть районы с большой проходимостью (из топ-улиц)
- Либо же наоборот выбрать районы с меньшей конкуренцией, где преобладают улицы с одним заведением. Однако необходимы дополнительные исследования местности, к примеру удаленность от метро, близко расположение центров притяжения (БЦ, достопримечательности, и тд).
- Важно отметить, что принимать решение только на основании тех выводов, которые представлены в данном исследовании, было бы некорректно. Важно изучить большее количество аспектов, опирающихся на бизнес-модель будущего кафе, его целевую аудиторию и предпочтения инвесторов по концепции.

Спасибо за внимание!