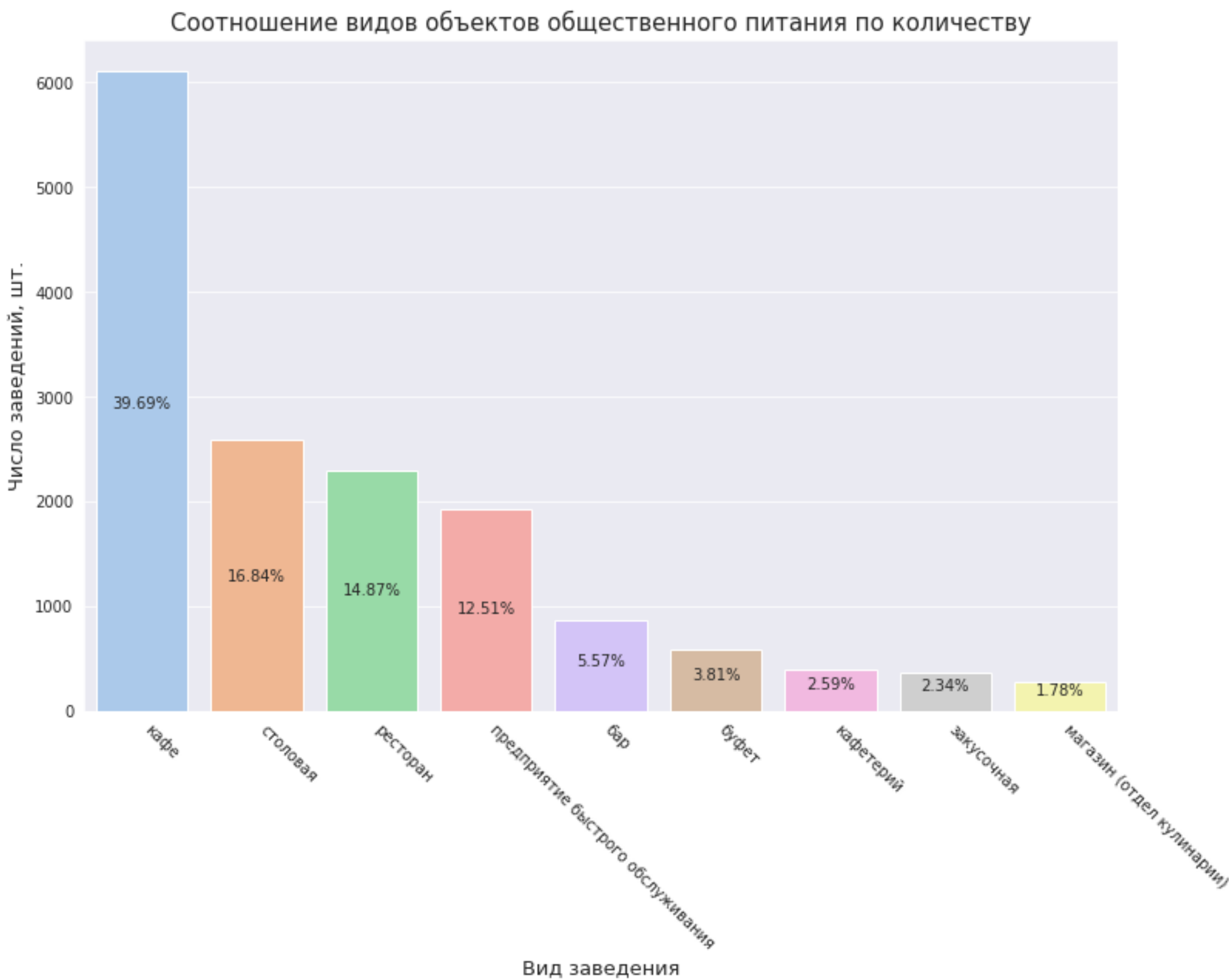


Исследование рынка заведений общественного питания Москвы

Общие выводы по исследованию

- Почти 40% рынка занимают кафе. Еще 45% примерно поровну делят столовые, рестораны и предприятия быстрого обслуживания. Остальных заведений гораздо меньше.
- На сети приходится 20% заведений общественного питания. Больше всего сетевых заведений у предприятий быстрого обслуживания — 41%.
- У большинства видов заведений в среднем около 35 посадочных мест. Много мест только в ресторанах и столовых — больше 80.

Соотношение видов объектов общественного питания по количеству

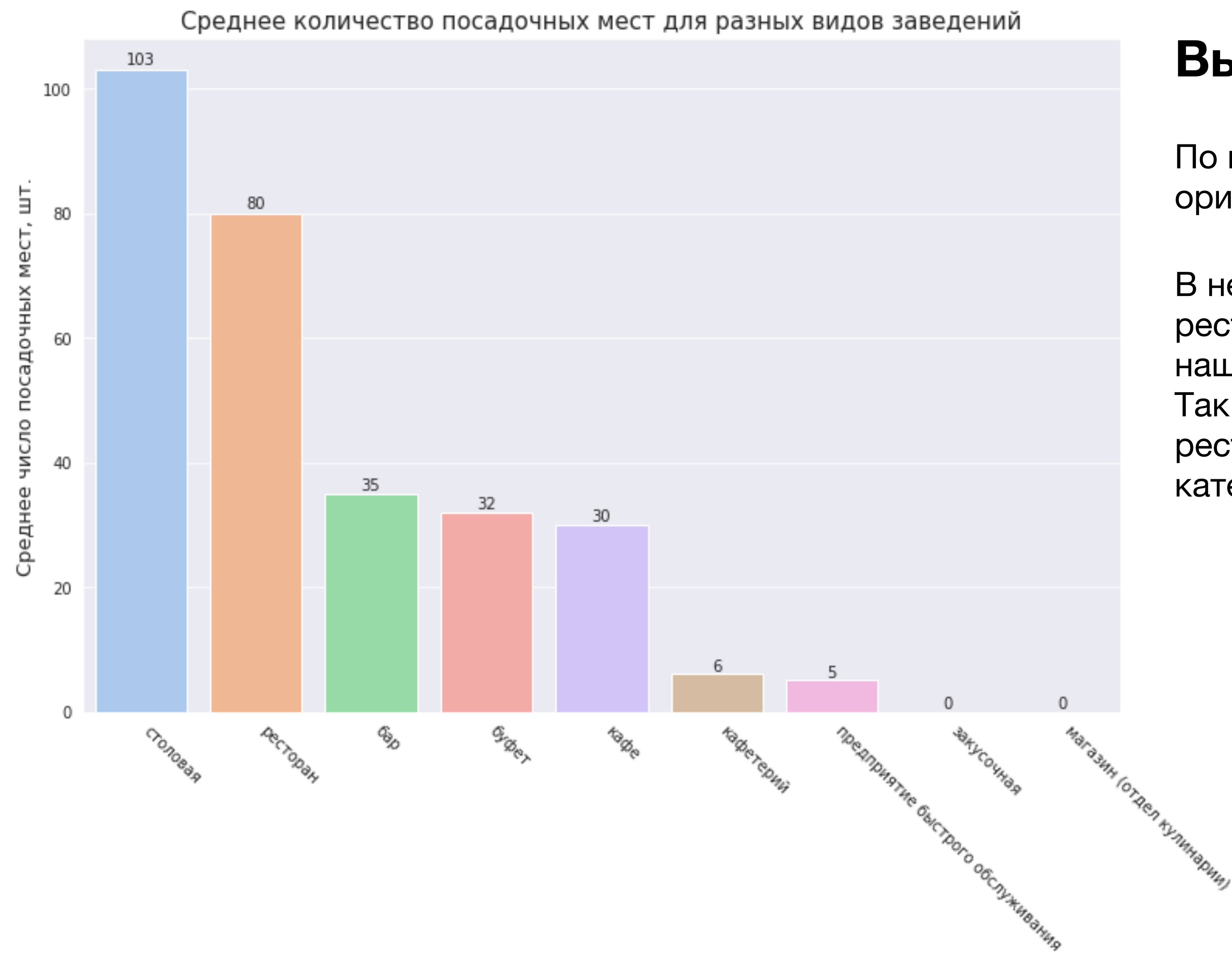


Вывод

На кафе приходится 40% заведений общественного питания. Значит, формат пользуется спросом — это плюс для нашего проекта.

С другой стороны, кафе — самый конкурентный сегмент рынка и для успешной работы нужно выделяться. Думаю, наши роботы-официанты подходят для этой задачи.

Среднее количество посадочных мест для разных видов заведений



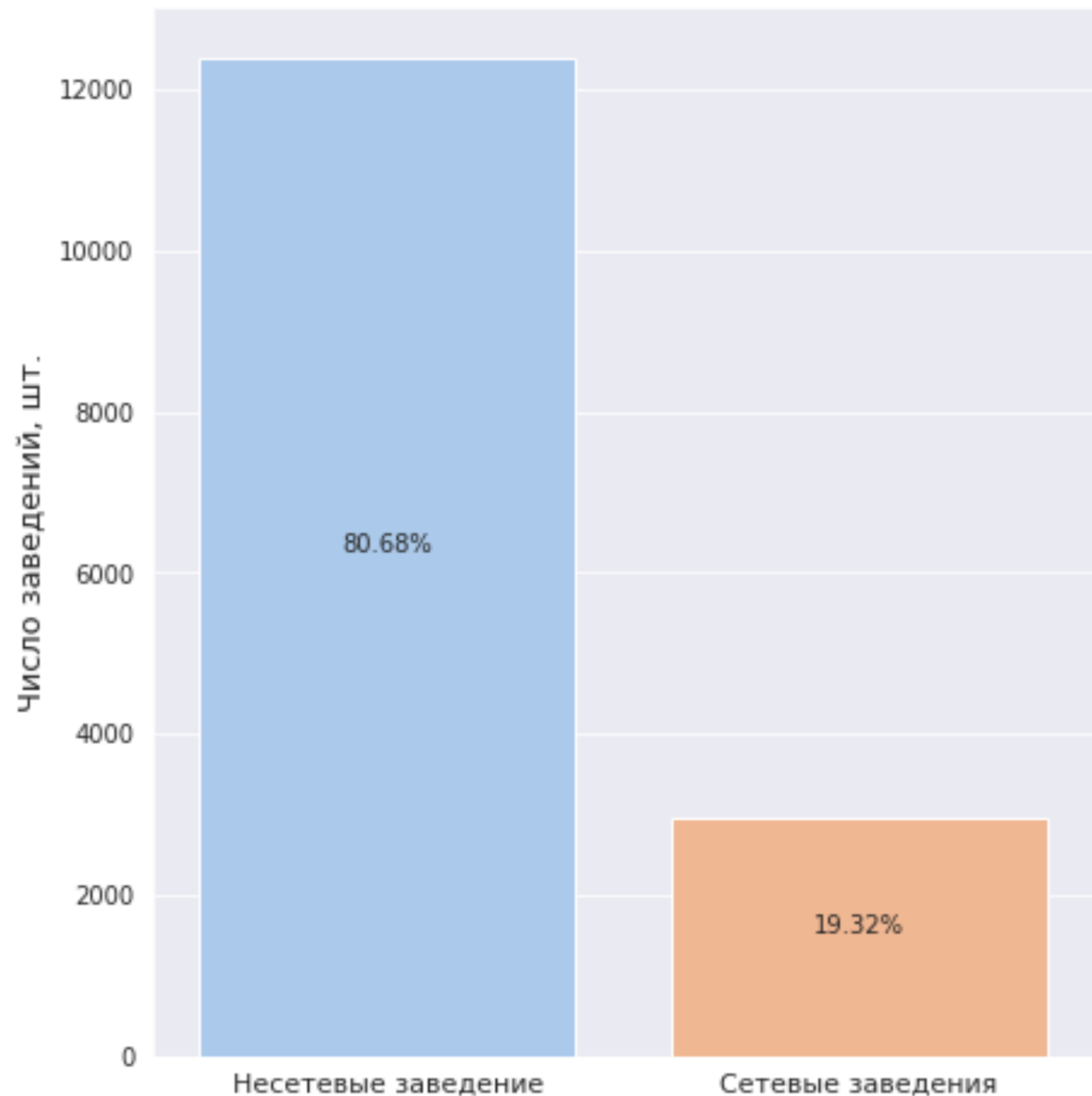
Вывод

По количеству посадочных мест стоит ориентироваться на интервал от 25 до 50 мест.

В него не попадают столовые и входит мало ресторанов, но это нестрашно, ведь идея нашего заведения сильно отличается от их. Так, столовые не ориентированы на сервис, а рестораны принадлежат к другой ценовой категории.

Соотношение сетевых и несетевых заведений по количеству

Соотношение сетевых и несетевых заведений по количеству

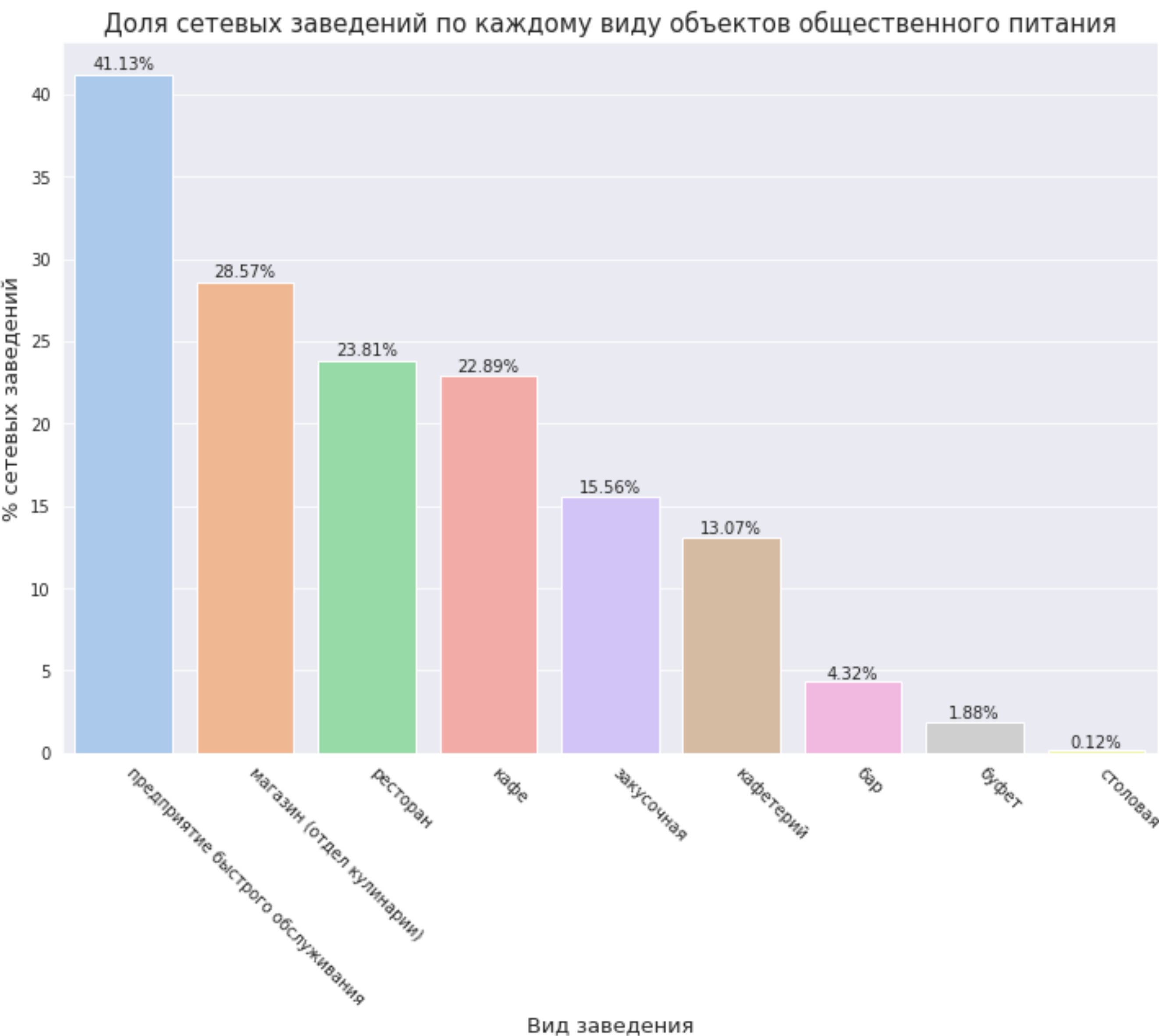


Вывод

В Москве несетевых заведений в 4 раза больше, чем сетевых.

Значит, сетям еще есть куда расти.

Виды заведений, для которых характерно сетевое распространение



Вывод

Больше всего сетей у предприятий быстрого обслуживания, на втором месте отделы кулинарии в магазинах. Оба формата нам не подходят, так как не предполагают наличие официантов.

Из кафе каждое пятое заведение сетевое. Это довольно много, значит, сети экономически выгодно открывать. При этом есть запас роста до лидера в лице фастфуда.

Эти факторы указывают на то, что от идеи сети отказываться не стоит и надо более детально изучить этот вопрос.

Распределение числа сетевых заведений по количеству посадочных мест

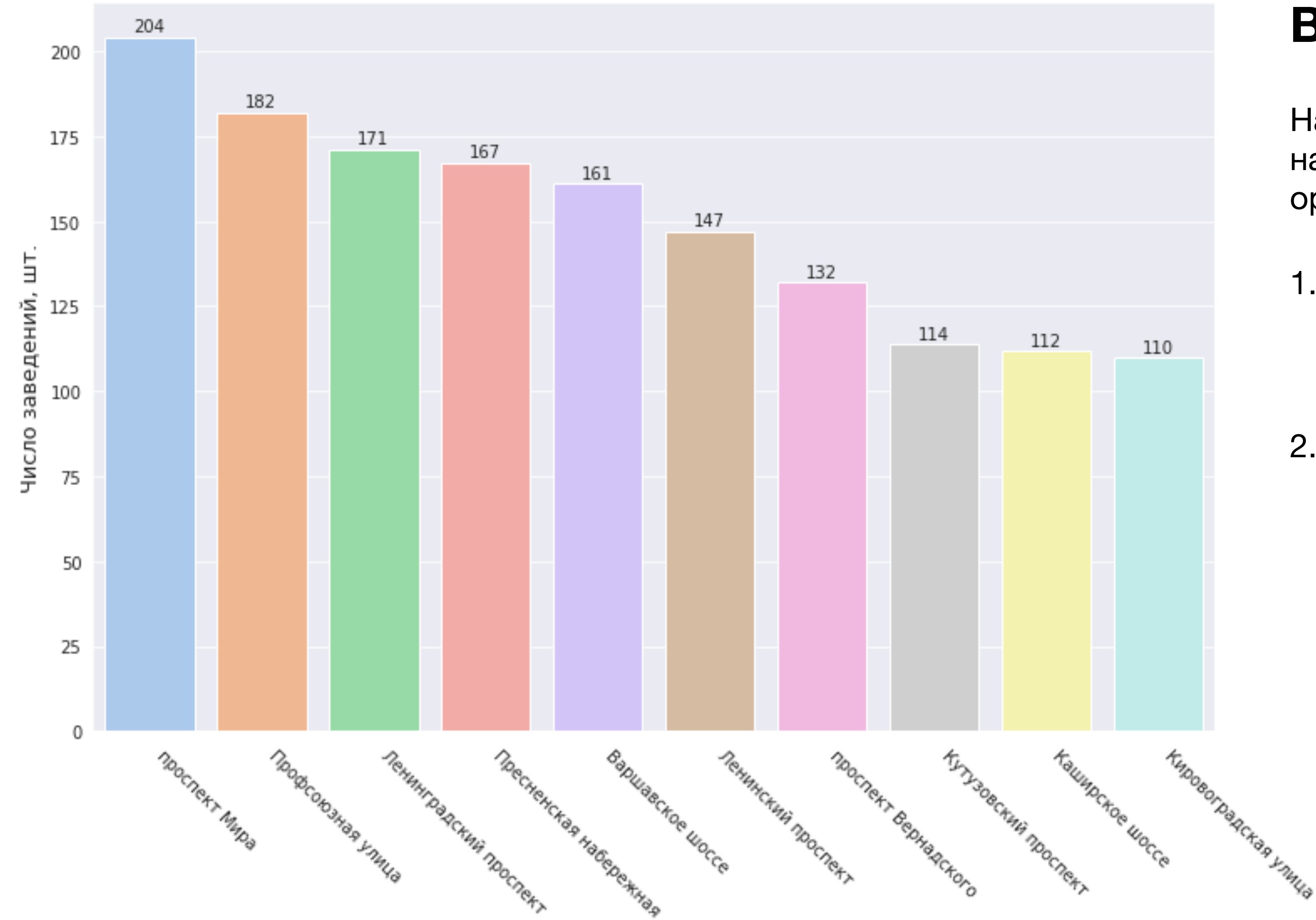


Вывод

Чем больше посадочных мест, тем меньше заведений с ними. Для сетей характерно много заведений с небольшим числом посадочных мест.

Топ-10 улиц по количеству объектов общественного питания

Топ-10 улиц по количеству объектов общественного питания



Вывод

На графике представлены 10 улиц с наибольшим числом заведений. Но я бы не ориентировался на них при выборе места:

1. Улицы из топа — одни из самых длинных в Москве. На них много заведений, скорее всего, поэтому, а не из-за популярности.
2. Не все они хотя бы частью находятся в ЦАО. А нам желательно открыться именно в нем, потому что так всем москвичам будет удобно добираться до кафе. Также многие ездят в ЦАО каждый день на работу.

Рекомендации

- Кафе — хороший вид заведения для нашего проекта. Они популярны, и их можно развивать в сети, так как рынок еще не насыщен.
- В заведении должно быть около 35 посадочных мест.
- Самые популярные по количеству заведений улицы вряд ли подойдут нам. Стоит искать место в ЦАО, чтобы всем москвичам было удобно добираться до кафе.
- При открытии заведения стоит учитывать дополнительные факторы, которых нет в нашем исследовании. Например, определить целевую аудиторию и ее размер, проходимость точки, какие объекты находятся вокруг нее.