

Рынок заведений общественного питания Москвы

Общие выводы по исследованию:

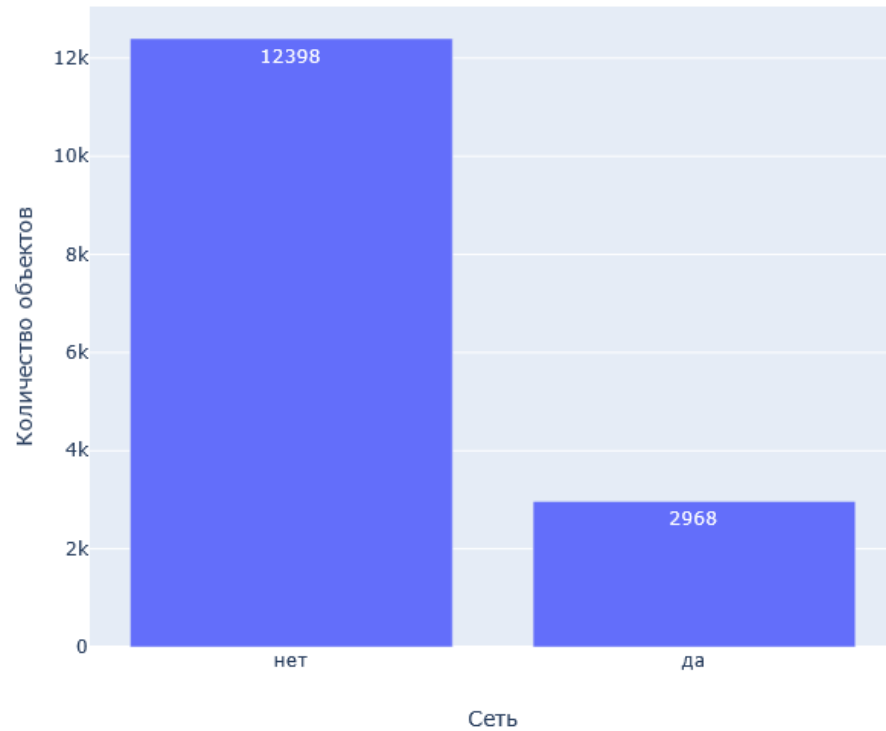
- наибольшее количество объектов общественного питания в Москве принадлежит категории «кафе»;
- преобладают несетевые заведения – их в 4 раза больше, чем сетевых;
- сетевое распространение характерно для категории «предприятие быстрого обслуживания» - их доля среди общего числа таких объектов 41%;
- для сетевых заведений характерно небольшое количество посадочных мест и небольшое количество заведений в сети;
- по среднему количеству посадочных мест лидирует категория «столовая» - в них в среднем около 103 мест;
- топ-10 улиц по количеству заведений находится в 37 районах Москвы;
- в среднем каждая улица из топ-10 проходит в 5 районах Москвы;
- 560 улиц имеют 1 объект общественного питания;
- на улицах из топ-10 расположены в основном несетевые заведения с небольшим количеством посадочных мест.

Соотношение видов объектов общественного питания по количеству



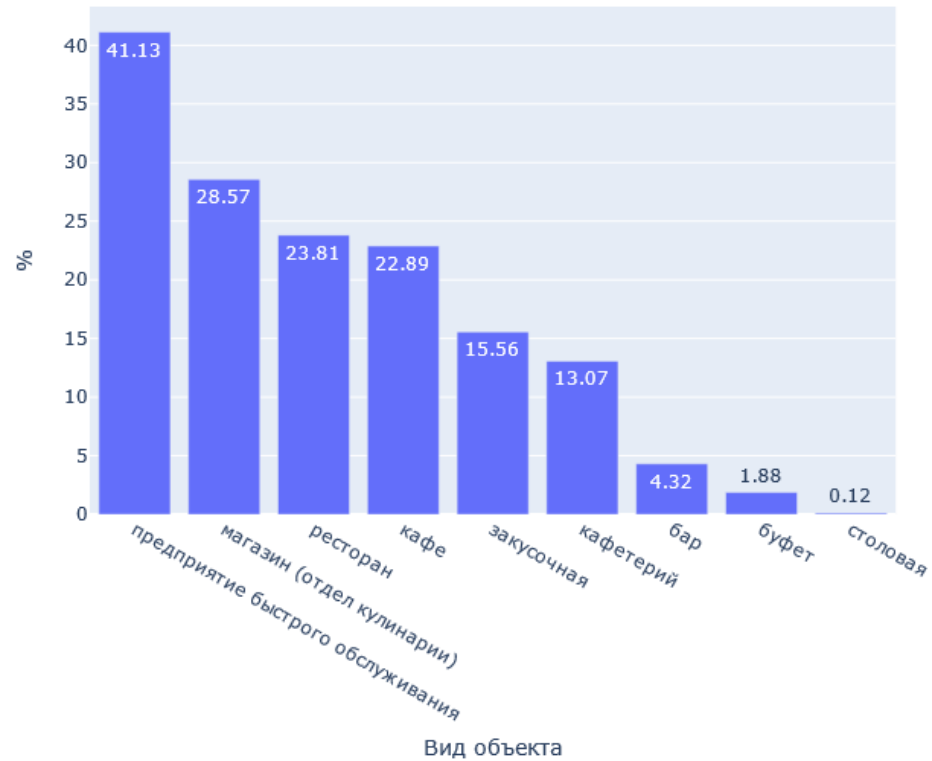
- «кафе» – наиболее популярная категория заведений в Москве;
- количество кафе больше, чем столовых и ресторанов вместе взятых.

Соотношение сетевых и несетевых заведений по количеству



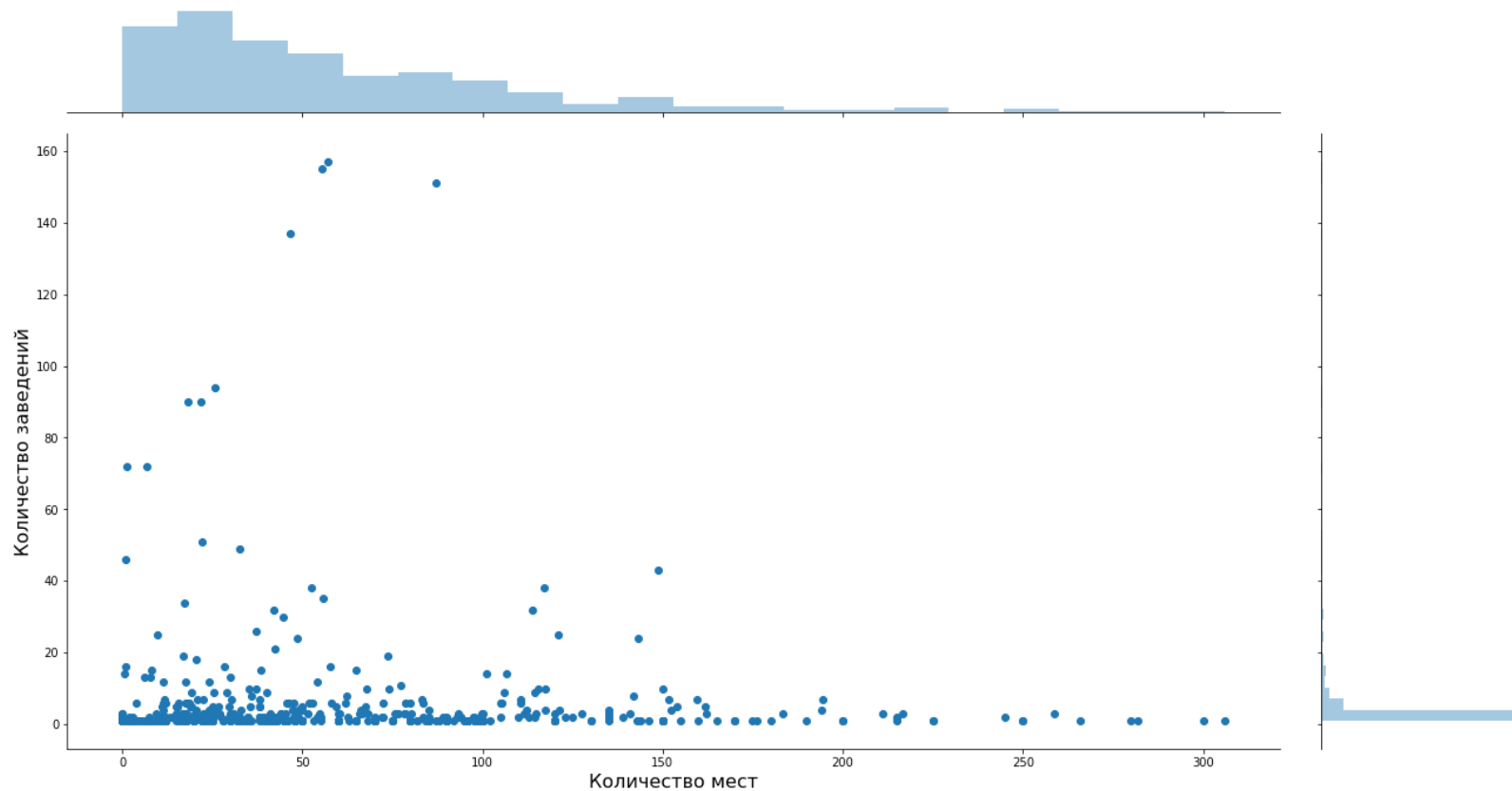
- количество несетевых заведений более чем 4 раза выше, чем сетевых.

Доля сетевых заведений в зависимости от вида объекта питания



- наибольшая доля сетевых заведений характерна для предприятий быстрого обслуживания, магазинов и ресторанов.

Распределение количества мест среди сетевых заведений



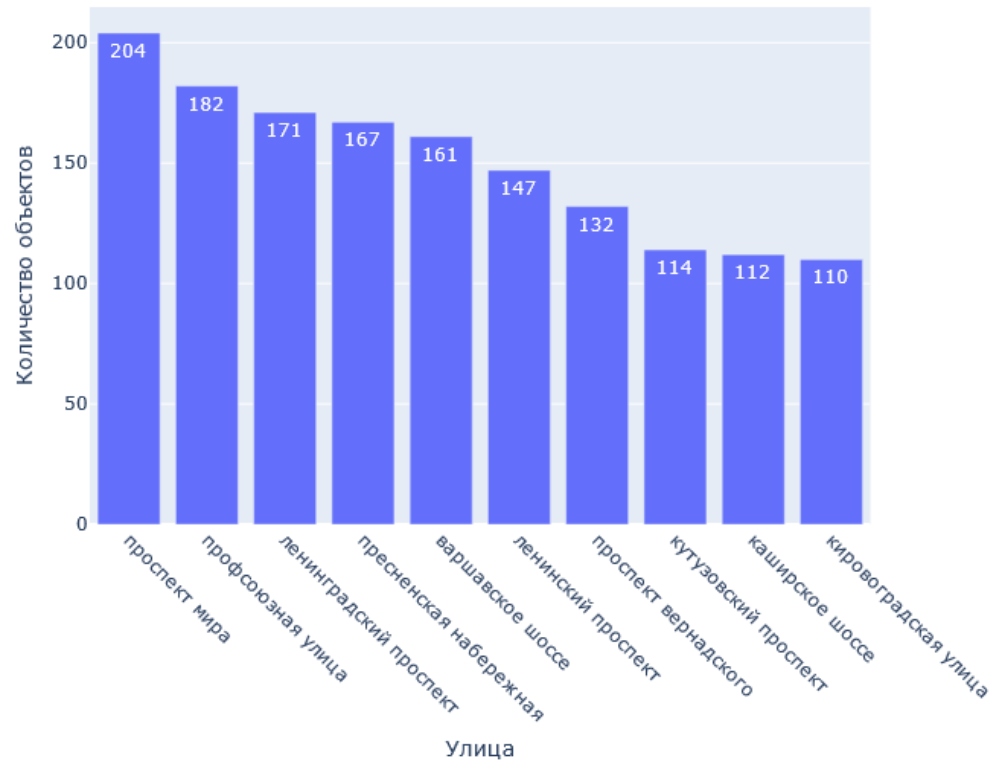
- сеть заведений характеризуется небольшим количеством посадочных мест и небольшим количеством заведений в сети;
- иногда встречаются сети с небольшим количеством мест и большим количеством точек;
- если количество мест в заведении много, то количество заведений в сети маленькое.

Распределение среднего количества мест по видам объектов



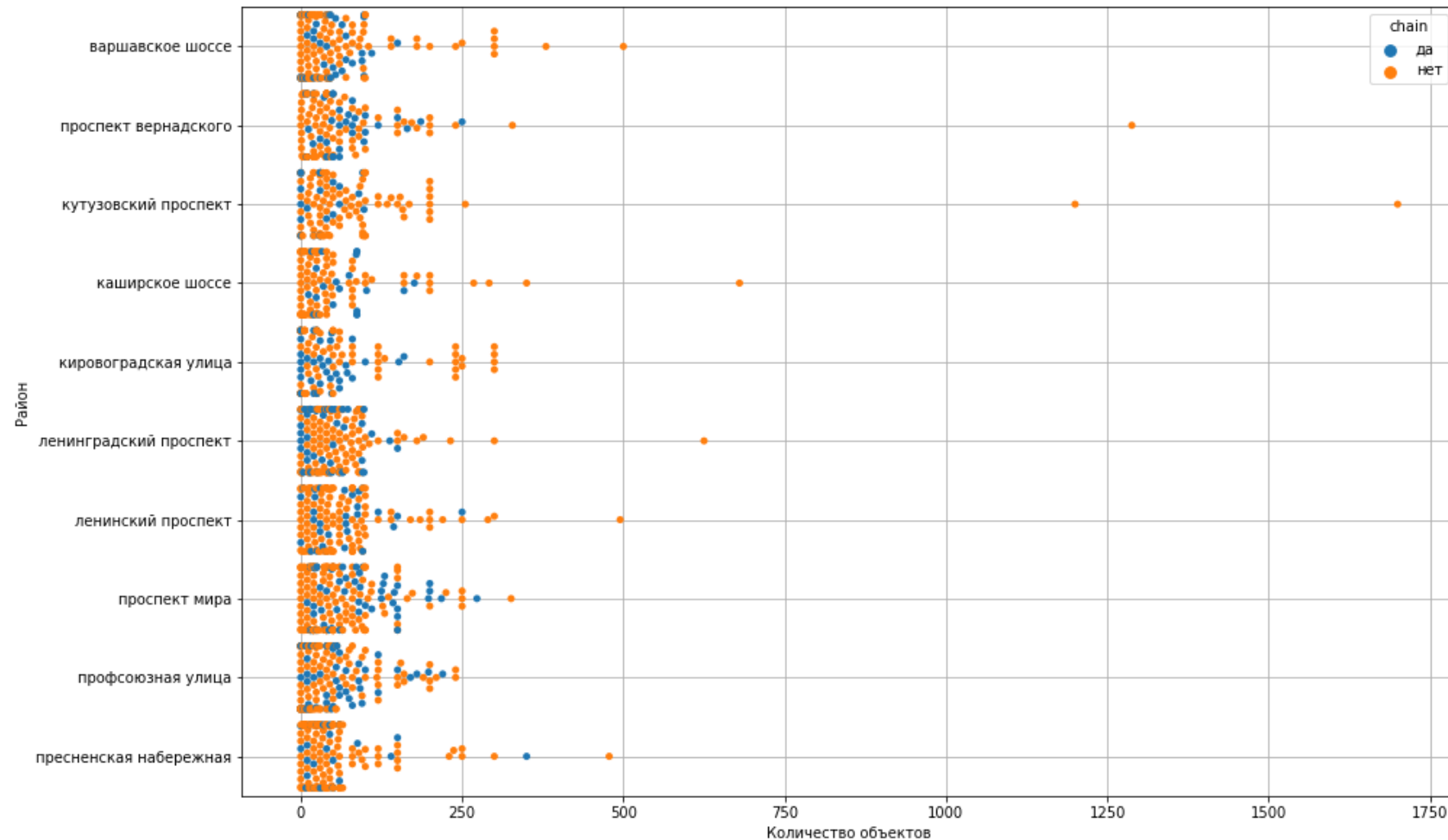
- наибольшее количество мест в категориях «столовая» и «ресторан»;
- наименьшее количество мест в категориях – «закусочная» и «магазин».

Топ-10 улиц по количеству объектов общественного питания



- в основном, это длинные улицы с большим количеством людей;
- в среднем каждая улица проходит в почти 5 районах Москвы.

Распределение количества посадочных мест в зависимости от улицы



- на улицах из топ-10 расположены в основном несетевые заведения с небольшим количеством посадочных мест.

Рекомендации:

- лучше всего открывать кафе, т.к. это наиболее развитая категория по количеству объектов в Москве;
- оно должно быть несетевым и с небольшим количеством мест и располагаться на одной из улиц, которая входит в топ-10. Это поможет обеспечить постоянный поток . На этих улицах расположено множество заведений, следовательно, там всё время есть люди, но также может негативно сказаться высокая конкуренция;
- для привлечения внимания можно рассмотреть вариант открытия кафе на непопулярных улицах с небольшим количеством заведений, т.к. это может привлечь внимание посетителей из других заведений, но также может негативно сказаться, если им не понравится или надоеет формат;
- не рекомендуется открывать кафе на улицах, у которых всего лишь 1 объект общественного питания – количество потенциальных посетителей будет ограничено (лучше сделать дополнительный анализ, где требуется большее количество заведений, чем на данный момент);
- сетевое распространение характерно для достаточно известных по всему городу (иногда стране и миру) сетей, например, Шоколадница, KFC, Макдональдс. При достижении таких же высот можно развивать сеть заведений.