

Анализ рынка заведений общественного питания Москвы

Проект для Яндекс.Практикума

Максим Баранов, август 2020 года

Основные выводы

- В Москве заведения общественного питания в основном ориентируются на средний класс. Основа рынка общепита — кафе с долей около 40% от общего количества заведений.
- Общая доля сетевых заведений общественного питания в Москве — 20%.
- Больше всего сетевых заведений среди кафе 1300 и фастфуда 750. В основном это крупные, знаменитые, старые бургенные и уличные киоски с шаурмой и франшизные кофейни без посадочных мест.
- Количество посадочных мест сильно зависит от проходимости и ценового сегмента заведения. При низком среднем чеке выручка формируется за счет проходимости и большого количества посадочных мест, а при дорогом чеке клиенты сидят долго в заведении и это компенсируется большим залом.
- Улицы с наибольшим количеством заведений расположены на длинных и широких шоссе вне исторического центра Москвы.
- На проходимых улицах общепит максимизирует выручку за счет увеличения количества посадочных мест в зале.

Основные рекомендации

- Открывать заведение лучше в формате кафе — от общего количества общепита их около 40%. Менее предпочтительны форматы ресторана (15%) или фастфуда (13%).
- Заведение с роботами предполагает серьезные кап. вложения, соизмеримые с форматом ресторана. В таком случае целесообразно рассмотреть кафе с количеством посадочных мест должно быть в диапазоне от 40 до 75 шт. ближе к верхней границе.
- Несмотря на серьезные кап. вложения, заведение планируется открывать в формате кафе. Это выделяет проект из общего распределение и делает его нишевым. В таком случае целесообразно рассмотреть открытие в районах туристического центра: Арбат, Пресненская набережная, где клиенты готовы платить большие деньги, чем в среднем по типу заведения.
- Развитие в районах с малой конкуренцией нецелесообразно, так как это спальные районы.
- Развитие сети нецелесообразно, как минимум на первых порах, до получения известности. Сетевые заведения в Москве должны быть либо очень известными, либо с относительно низкой стоимостью франшизы.

Исходные данные

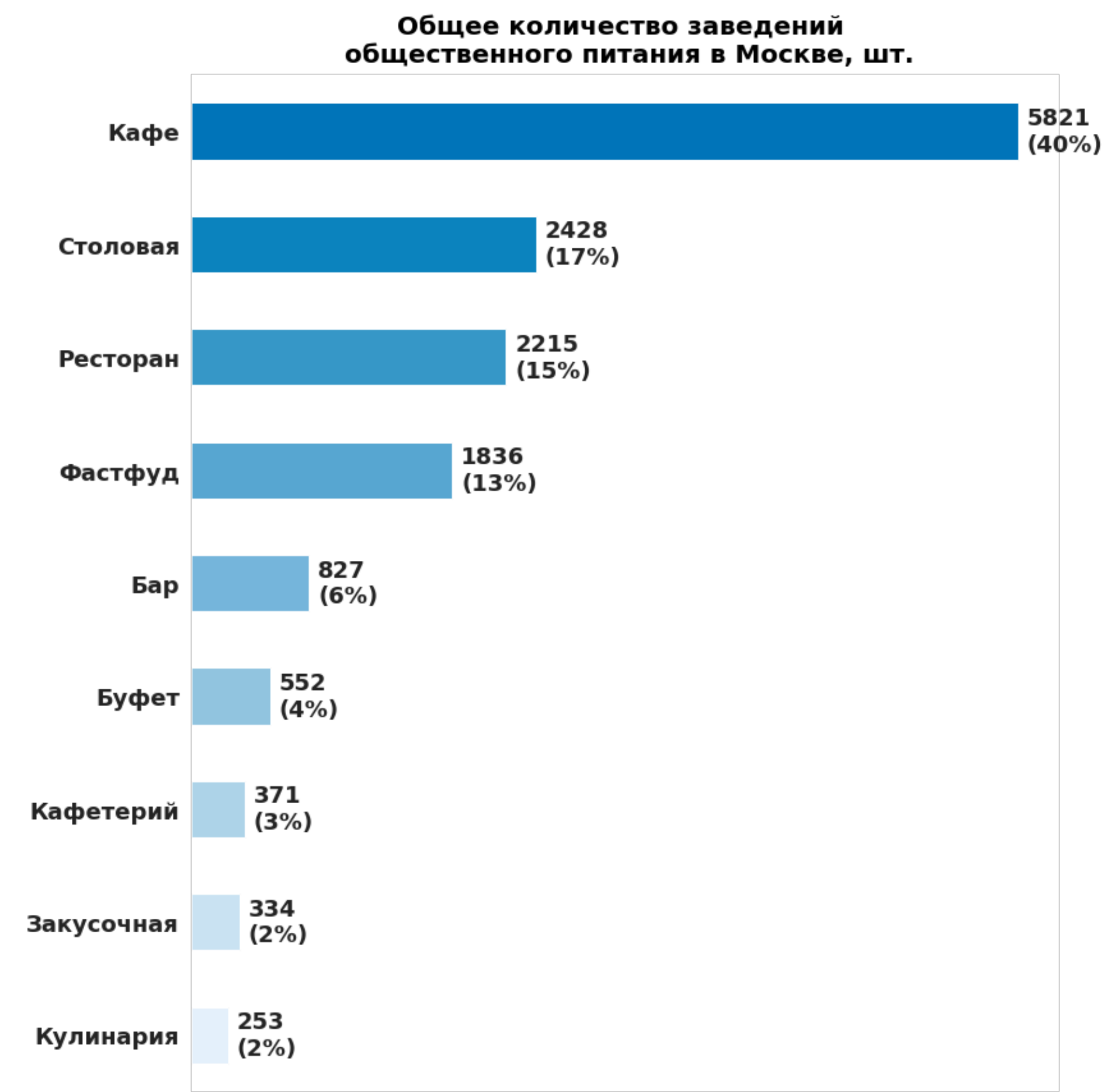
1. Информация о заведениях общественного питания
 - тип, адрес, количество посадочных мест, принадлежность к сети
2. Общмосковские классификаторы
 - улицы, территории, территориальные единицы

Предпосылки и методология исследования

1. Из адресов заведений общественного питания выделены улицы и населенный пункт.
2. Для каждой улицы определен район Москвы.
3. Адреса проверены через Геокодер Яндекс.Карт.
4. При анализе учтены объекты внутри МКАД. Объекты «Новой Москвы»^{*} исключены.

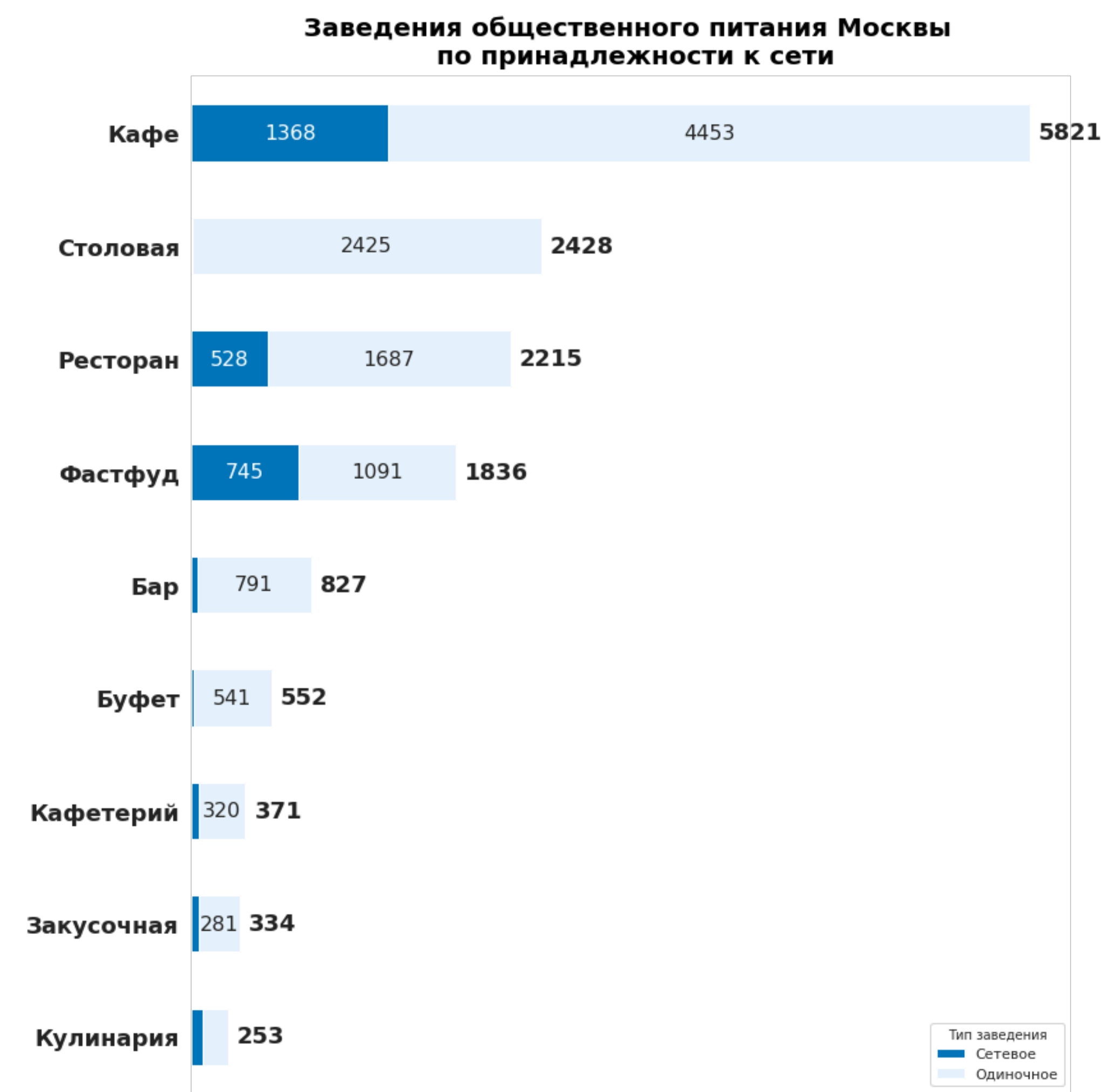
^{*} Новомосковский административный округ, Троицкий административный округ.

В Москве большинство заведений общественного питания работает в среднем ценовом сегменте



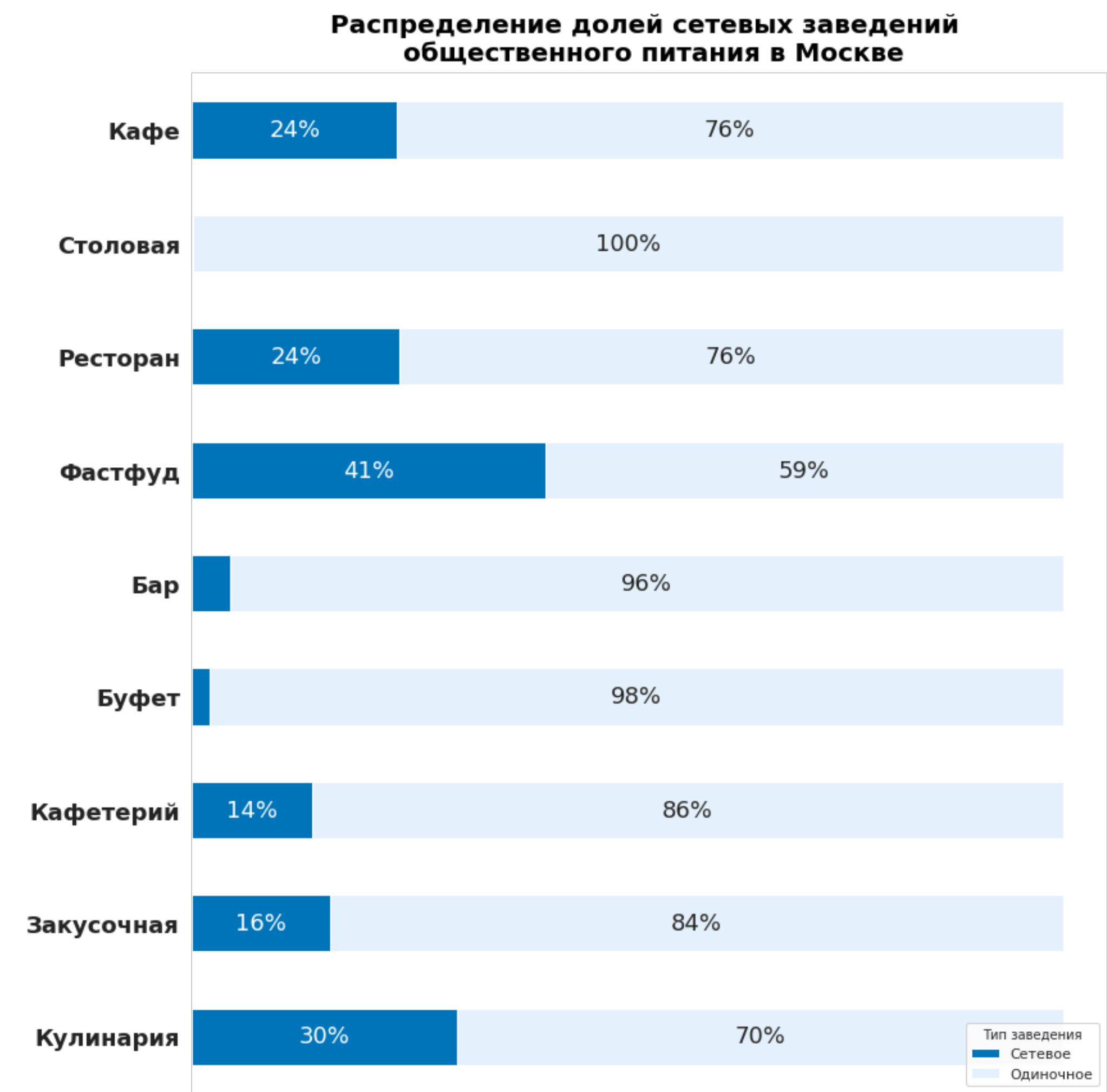
- Явный лидер — кафе для среднего класса с долей в 40%.
- Далее с 17% идут столовые для рабочих (сегмент ниже кафе) и с 15% рестораны классом выше, чем у кафе.
- Четверку лидеров замыкает фастфуд с 13%.

Общая доля сетевых заведений общественного питания в Москве — 20%



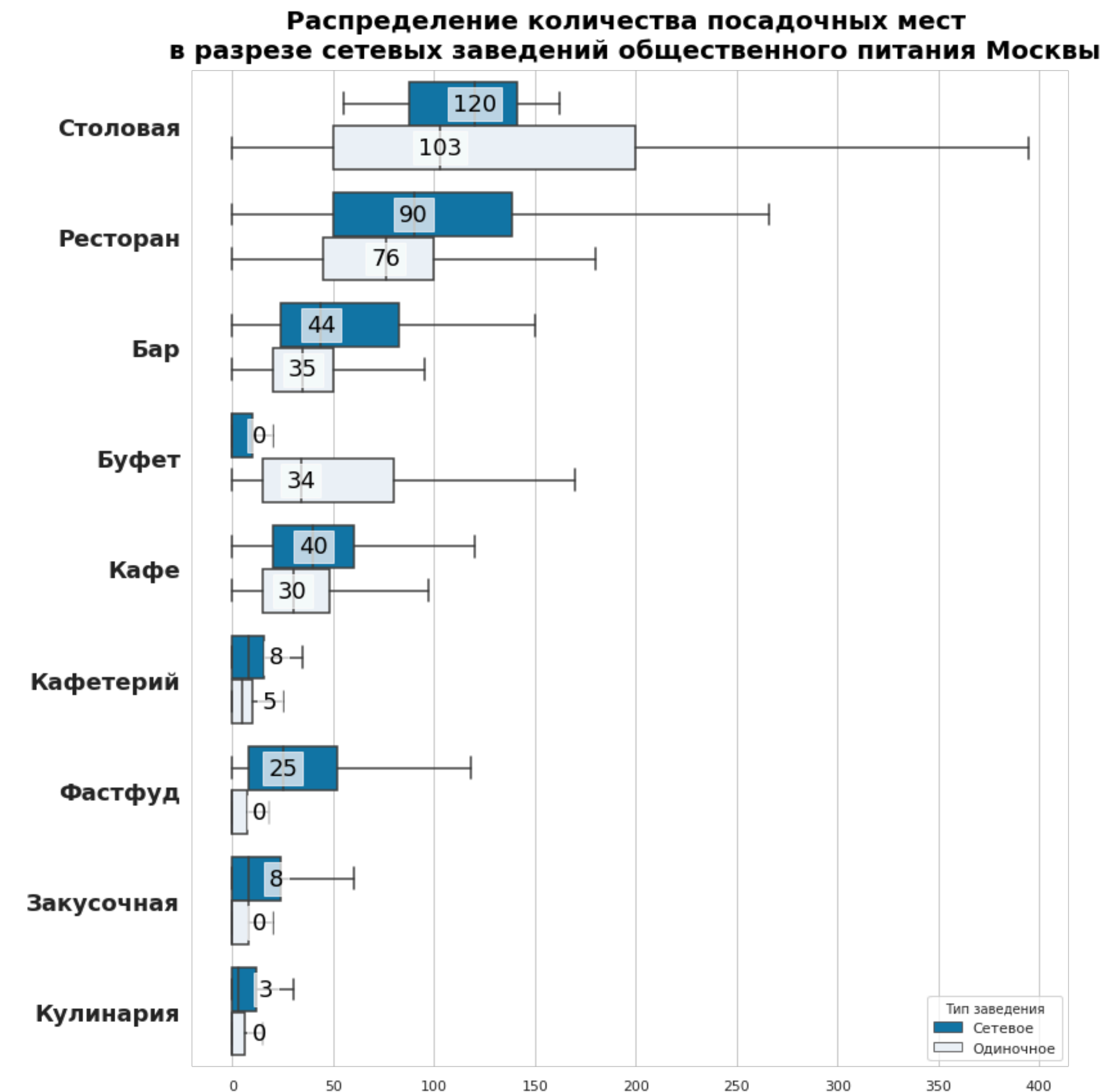
- Больше всего сетевых заведений среди кафе — 1,3 тыс.
- После кафе больше всего сетевых заведений у фастфуда — около 750. Туда входят как знаменитые бургенные, так и уличные киоски с шаурмой без посадочных мест.
- На третьем месте по количеству сетевых заведений — 530 ресторанов. В большинстве, это заведения, открытые по франшизе.

Сети общественного питания также нацелены на средний класс — большинство сетевых заведений открыты среди кафе, фастфуд и ресторанов



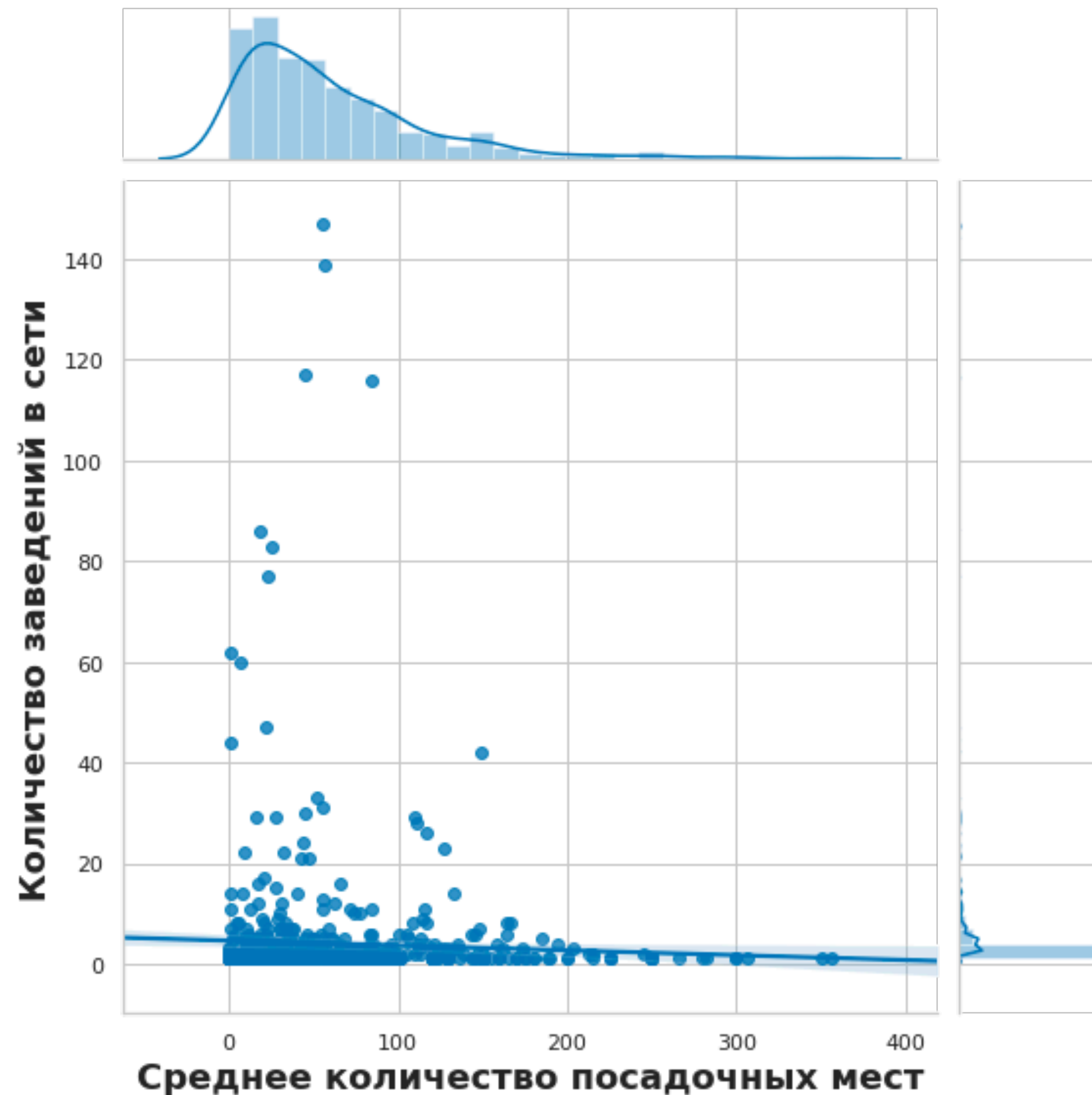
- Наибольшая доля сетевых заведений ожидаемо у фастфуда — 41%.
- На втором месте — кулинария в магазинах с 30%, но в абсолютном значении таких точек в Москве немного.
- Третье место делят с 24% делят кафе и рестораны.

Количество посадочных мест балансирует проходимость и средний чек заведения



- Наибольшее количество посадочных мест и разброс диапазона у столовых — 103-120 шт. При относительно низком среднем чеке, выручка в столовых формируется за счет проходимости большого количества посадочных мест.
- На втором месте по посадочным местам — рестораны с 76-90 шт. В ресторанах средний чек относительно высок, но клиенты сидят долго. Это компенсируется большим залом.
- Бары, буфеты и кафе на одном уровне по посадочным местам — около 30-40 шт. Для этих заведений характерна одна площадь зала и проходимость.

Для Москвы характерно около 4 заведений в сети с количеством посадочных мест до 60



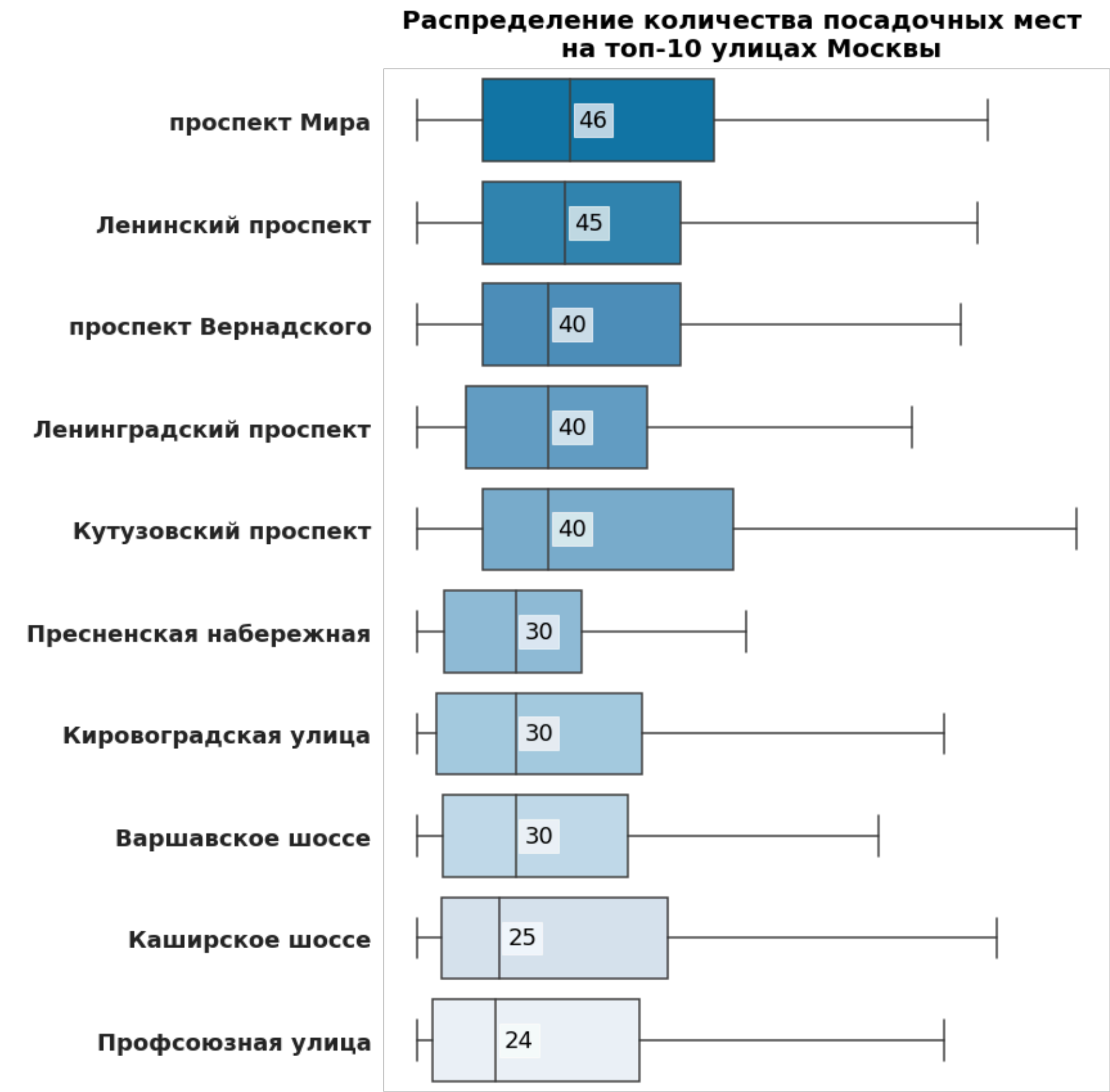
- Выбросы по количеству ресторанов — это мировые сети, например, KFC, Бургер Кинг, Макдоналдс.
- Выбросы по количеству посадочных мест — это крупные многоэтажные заведения, Темпл Бар, Бакинский Бульвар, Му-му и т.д.

Проспект Мира — район с наибольшим количеством заведений общепита в Москве



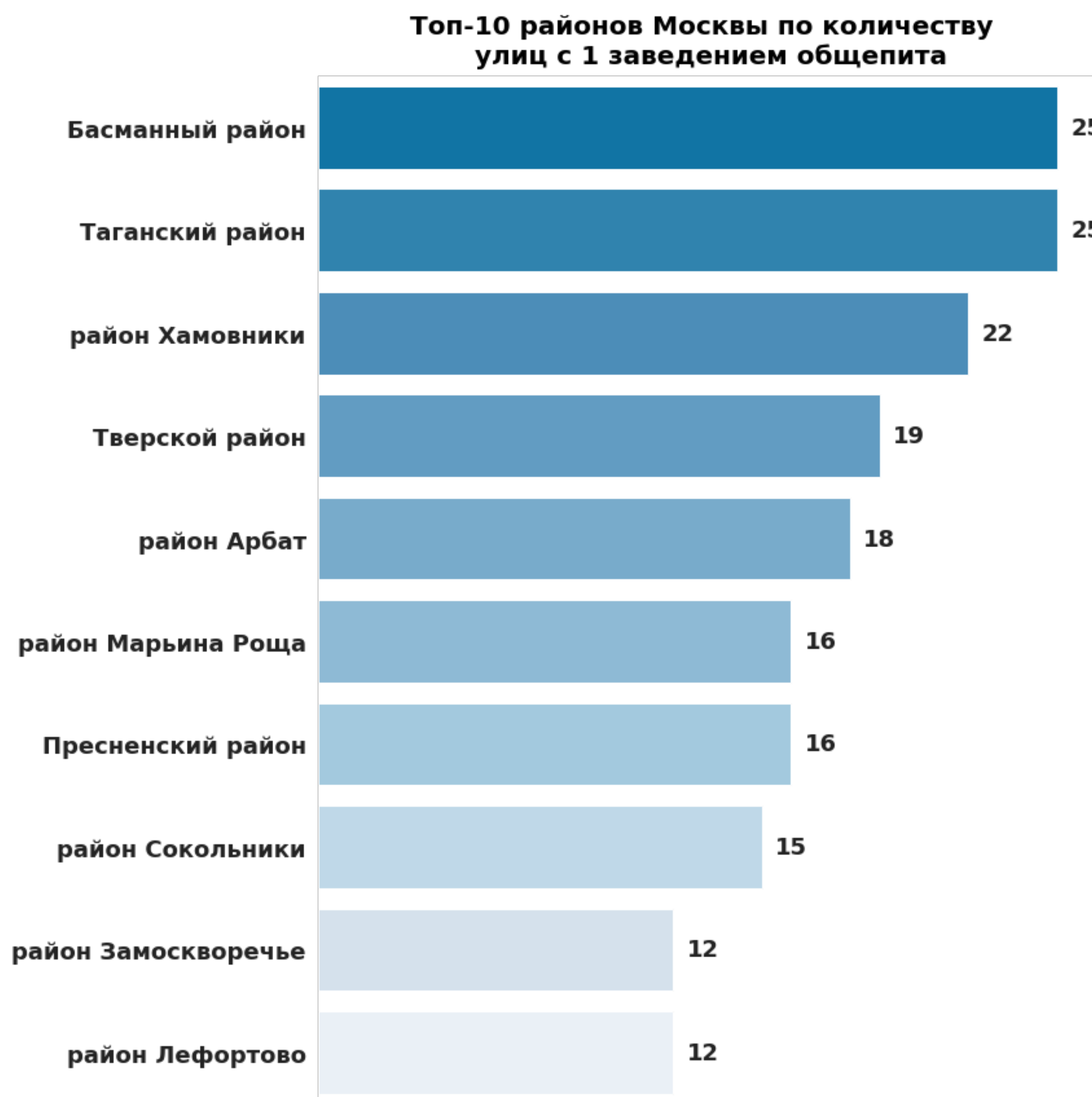
- Улицы с наибольшим количеством заведений расположены:
 - на длинных и широких шоссе,
 - вокруг исторического центра Москвы.

На проходимых улицах общепит максимизирует выручку за счет увеличения количества посадочных мест в зале



- Чем длиннее улица, тем больше разнопланово общепита на ней расположено и больший разброс количества посадочных мест.
- На Пресненской набережной меньший разброс из-за близости Москва-Сити и преобладания более дорогих нишевых заведений.

В Басманном и Таганском районах больше всего улиц с одним заведением общепита



- В Москве всего 541 улица с одним объектом общественного питания
- Улицы с одним заведением общепита чаще всего расположены в спальных районах.
- Центральные районы, например, Арбат и Таганка, попали в выборку из-за большого количества коротких улиц.

Контактные данные:
Максим Баранов
maksim-a-baranov@yandex.ru
+7 (925) 075 27-67

