

# Рынок заведений общественного питания Москвы

Елена Орлова  
e-mail: [elena\\_orlova@yandex.ru](mailto:elena_orlova@yandex.ru)  
Ноябрь 2021

# Цель исследования

- Определить перспективы развития кафе с роботами-официантами в Москве

# Оглавление

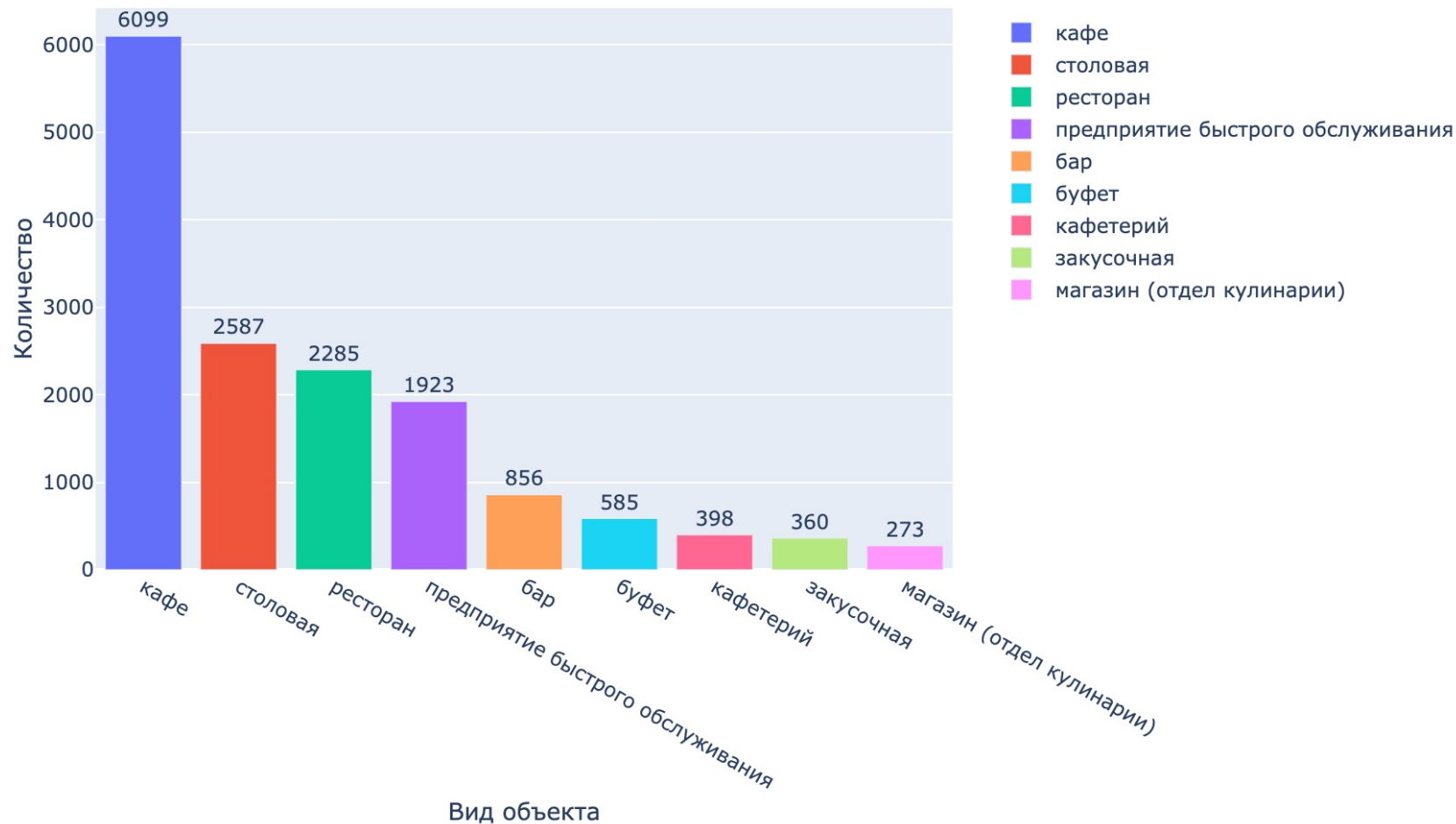
- Общие выводы
- Соотношение видов объектов по количеству
- Соотношение сетевых и несетевых заведений
- Сетевое распространение объектов питания
- Пропорция сетевых заведений для разных типов объектов
- Посадочные места в сетевых заведениях
- Среднее количество посадочных мест по видам объектов
- Топ-10 улиц по количеству объектов
- Посадочные места для улиц с большим количеством объектов
- Рекомендации

# Общие выводы

- Самый распространенный тип заведений – **кафе**
- **20%** всех заведений – **сетевые**
- Среди всех сетевых заведений больше всего **кафе**
- Сетевое распространение наиболее **характерно** для **предприятий быстрого обслуживания**  
(41% от всех заведений данного вида)
- 95% сетей имеют до 12 заведений и до 155 посадочных мест
- Больше всего посадочных мест – в **столовых и ресторанах**
- Улицы с наибольшим числом заведений – **Проспект Мира, Профсоюзная улица, Ленинградский проспект**

# Соотношение видов объектов по количеству

Соотношение видов объектов общественного питания по количеству

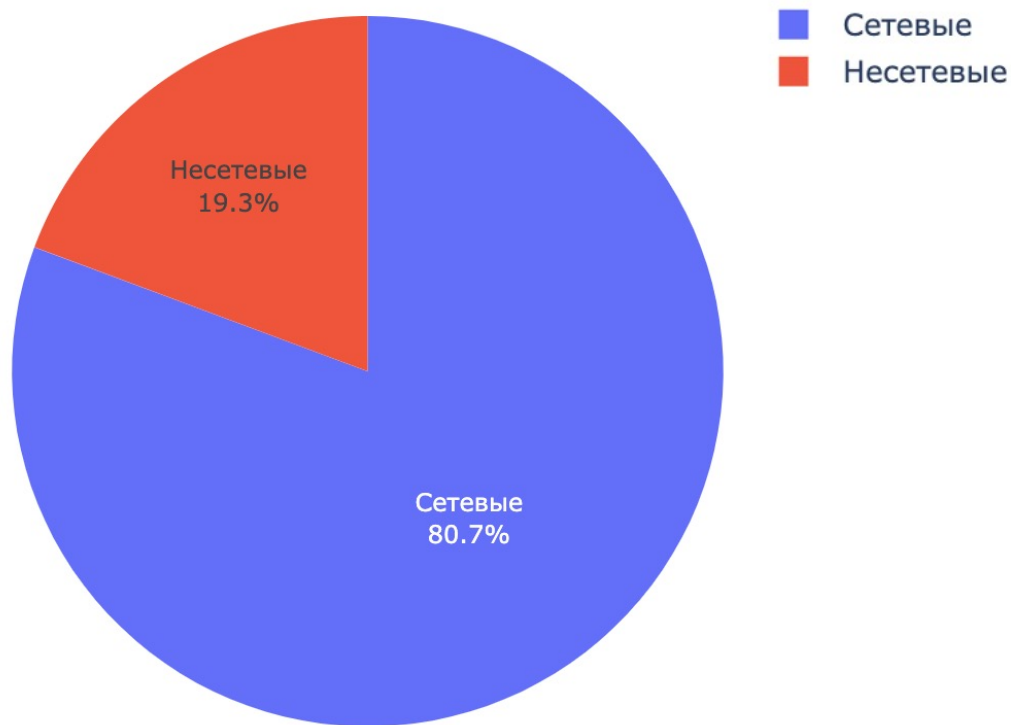


## Вывод:

- **Самый распространенный** вид объектов общественного питания в Москве – **кафе**. Далее идут столовые, рестораны и предприятия быстрого обслуживания
- **Наименее распространенные** виды объектов – кафетерий, закусочная и отдел кулинарии в магазине

# Соотношение сетевых и несетевых заведений

Соотношение сетевых и несетевых заведений по количеству



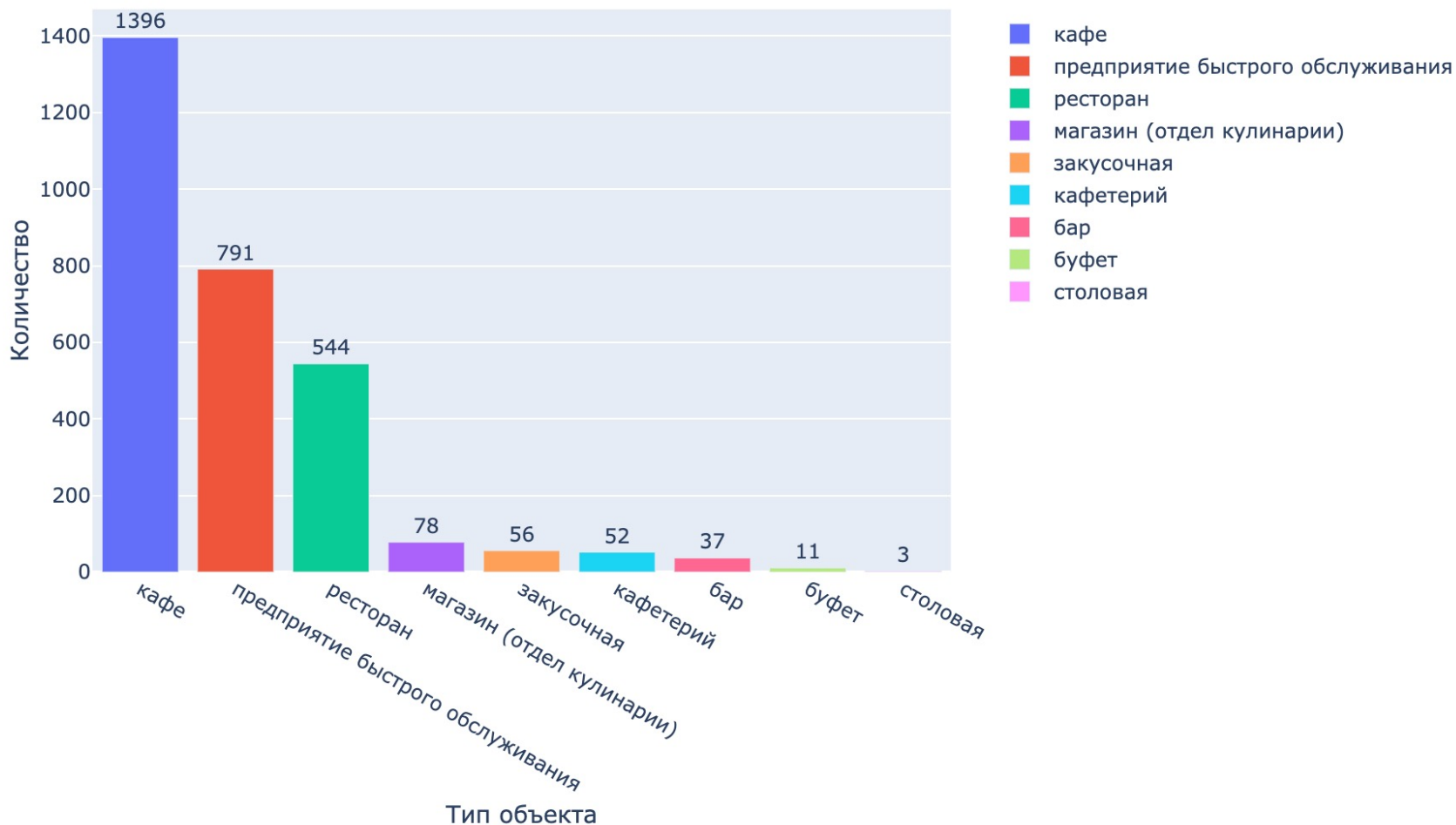
Вывод:

- **19.3%** заведений являются сетевыми
- Остальные **80.7%** заведений – **не сетевые**

Портал открытых данных правительства Москвы

# Сетевое распространение типов объектов питания

Сетевое распространение типов объектов питания

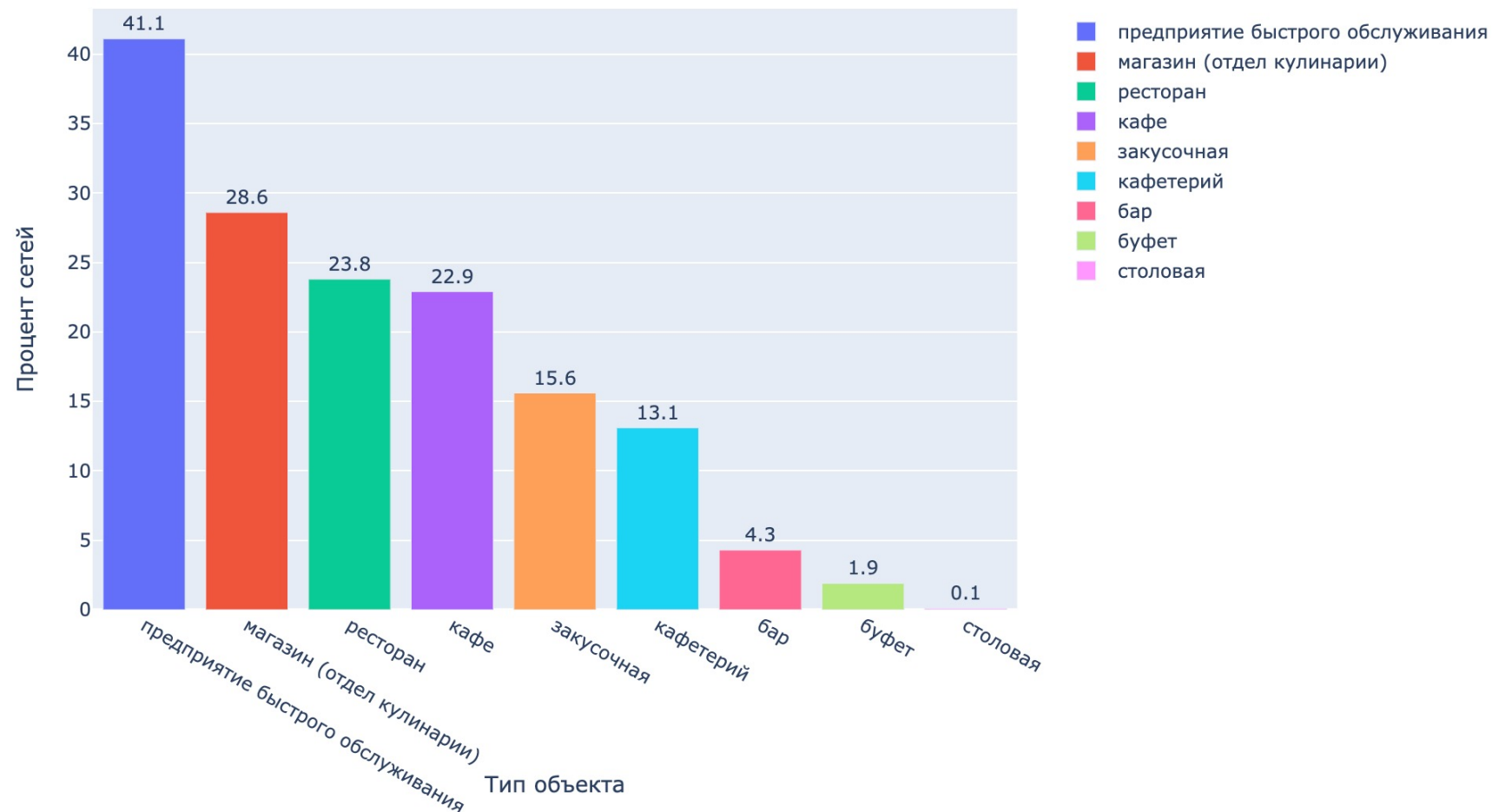


## Вывод:

- Среди сетевых заведений больше всего **кафе, предприятий быстрого обслуживания и ресторанов.**
- Среди остальных типов объектов общественного питания количество сетей не превышает 100.

# Пропорция сетевых заведений для разных типов объектов

Процент сетей от общего количества заведений

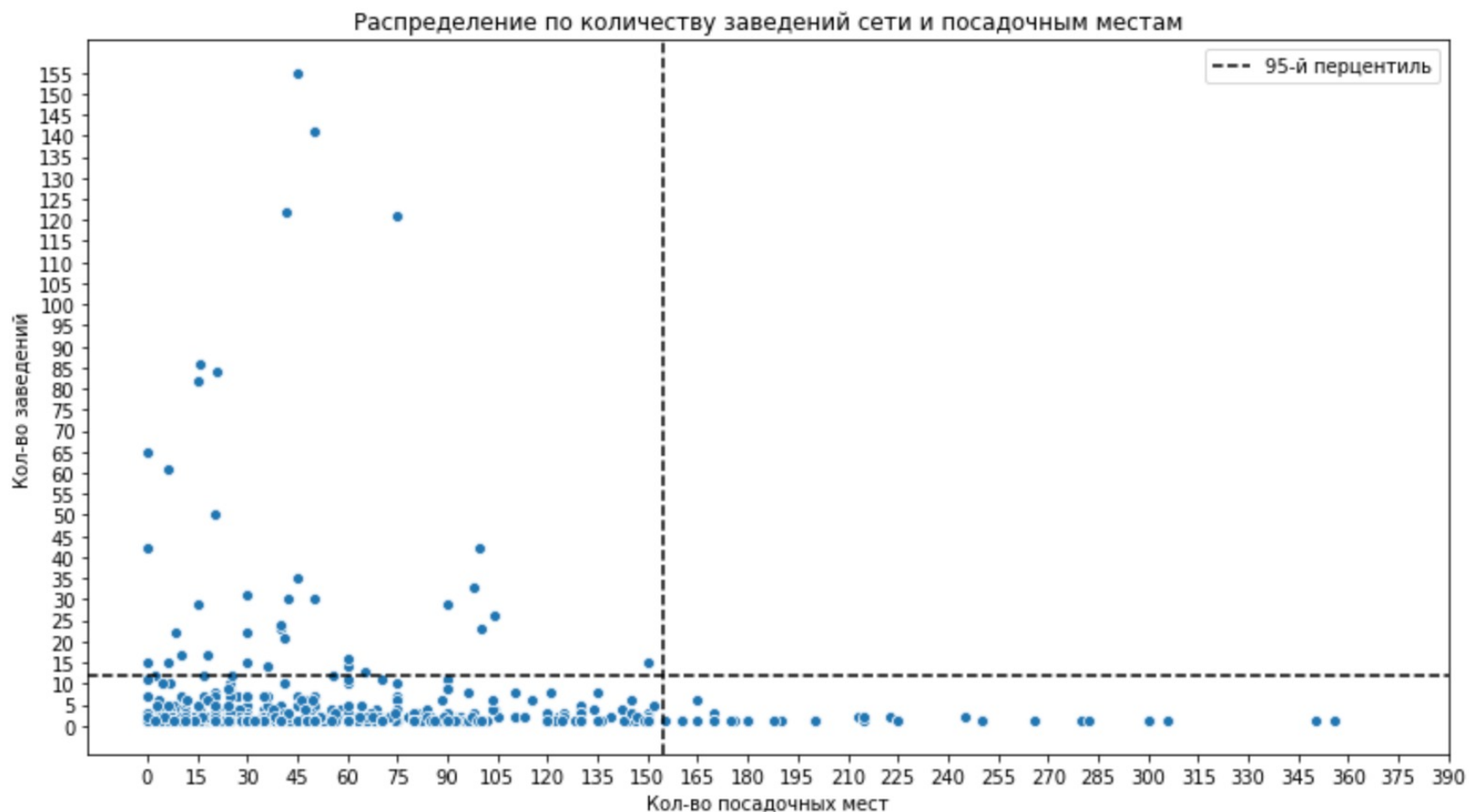


## Вывод:

- Сетевое распространение наиболее характерно для **предприятий быстрого обслуживания (41%)**. Далее идут отделы кулинарии в магазинах, рестораны и кафе
- Менее всего сетевое распространение характерно для баров, буфетов и столовых



# Посадочные места в сетевых заведениях

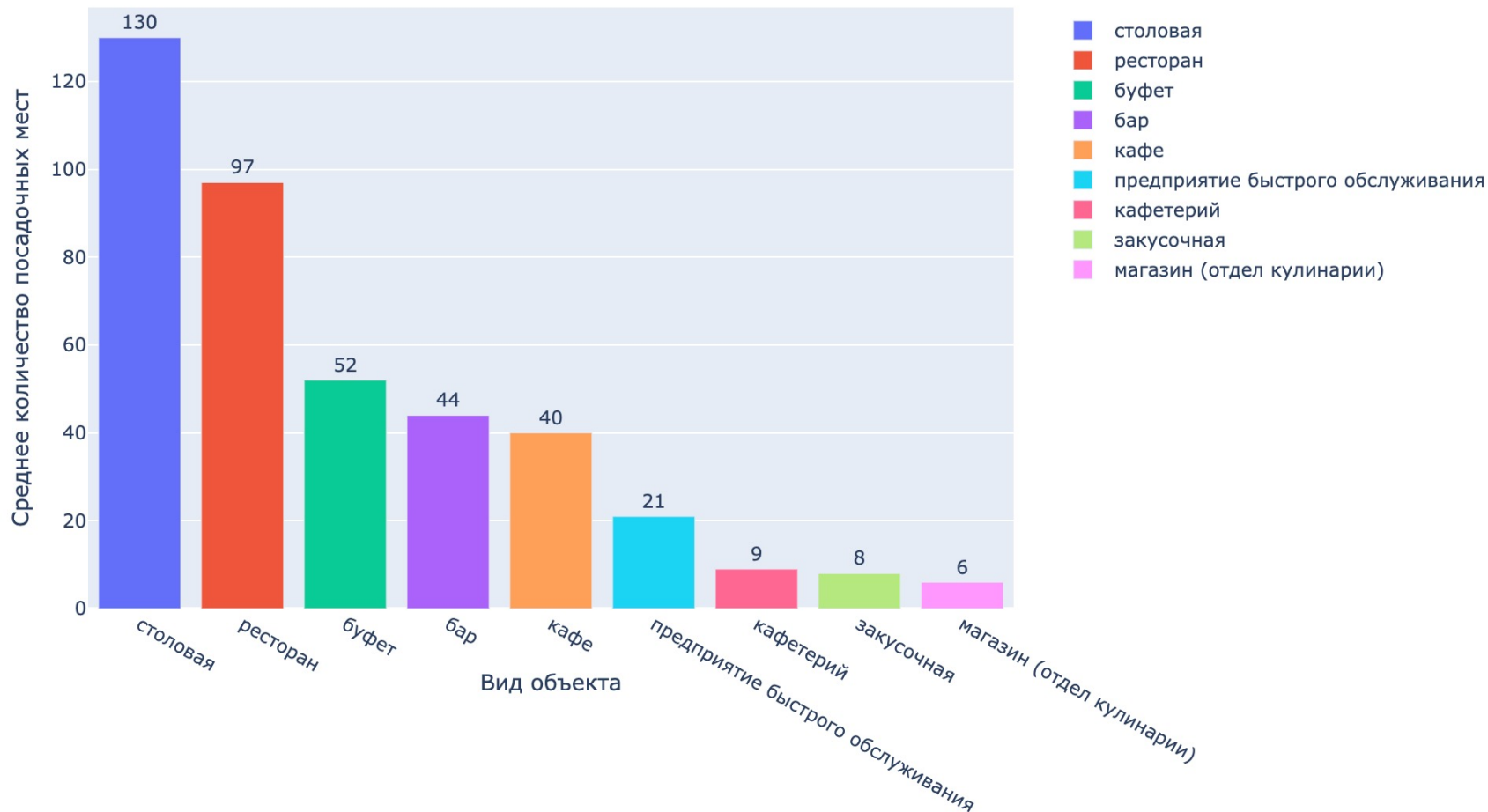


## Вывод:

- 95% сетей имеют до 12 заведений и до 155 посадочных мест

# Среднее количество посадочных мест по видам объектов

Виды объектов с наибольшим числом посадочных мест

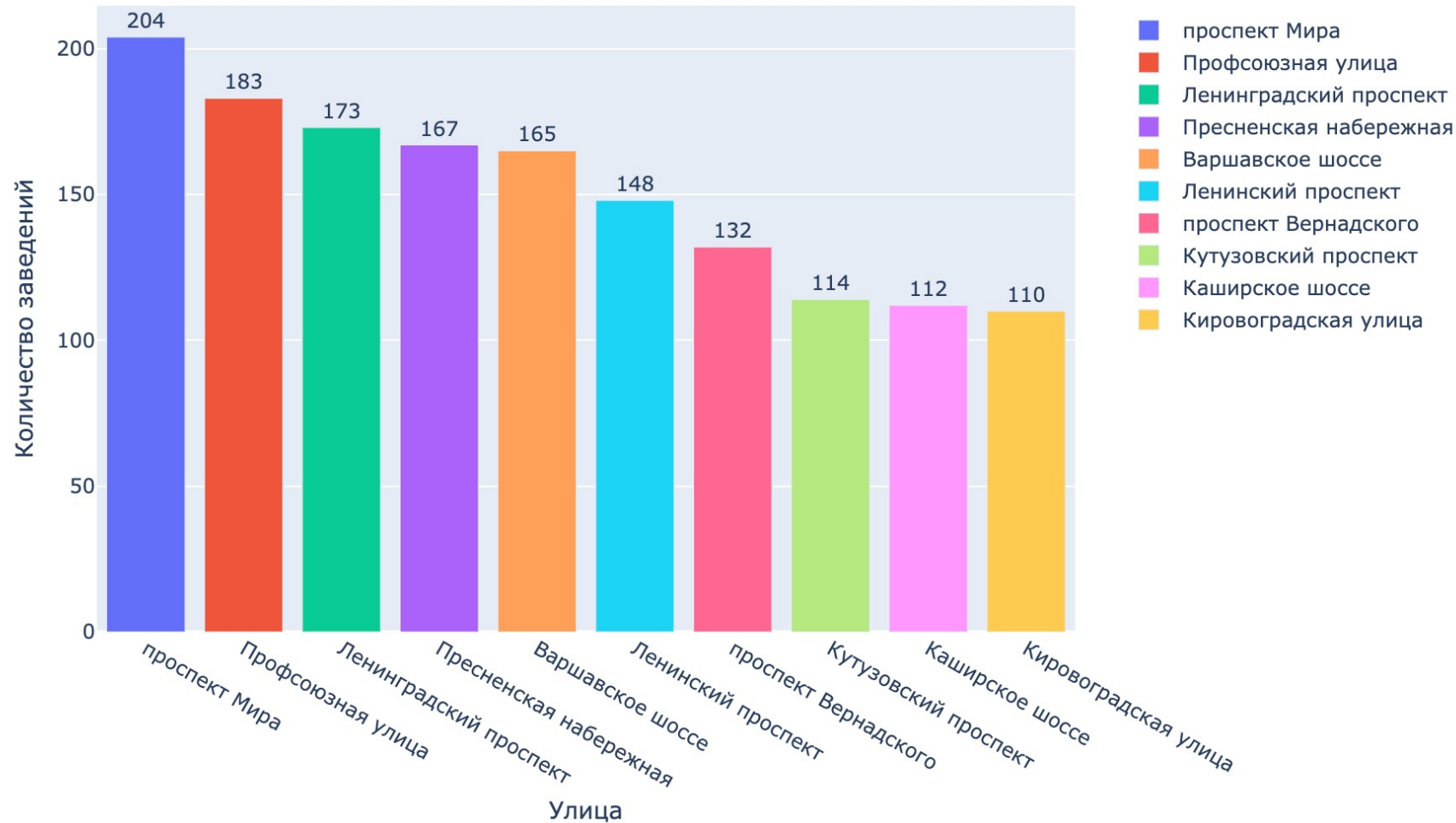


Вывод:

- **Наибольшее** количество посадочных мест – **в столовых и ресторанах**
- **Меньше всего** посадочных мест в кафетериях, закусочных и отделах кулинарии в магазинах

# Топ-10 улиц по количеству объектов

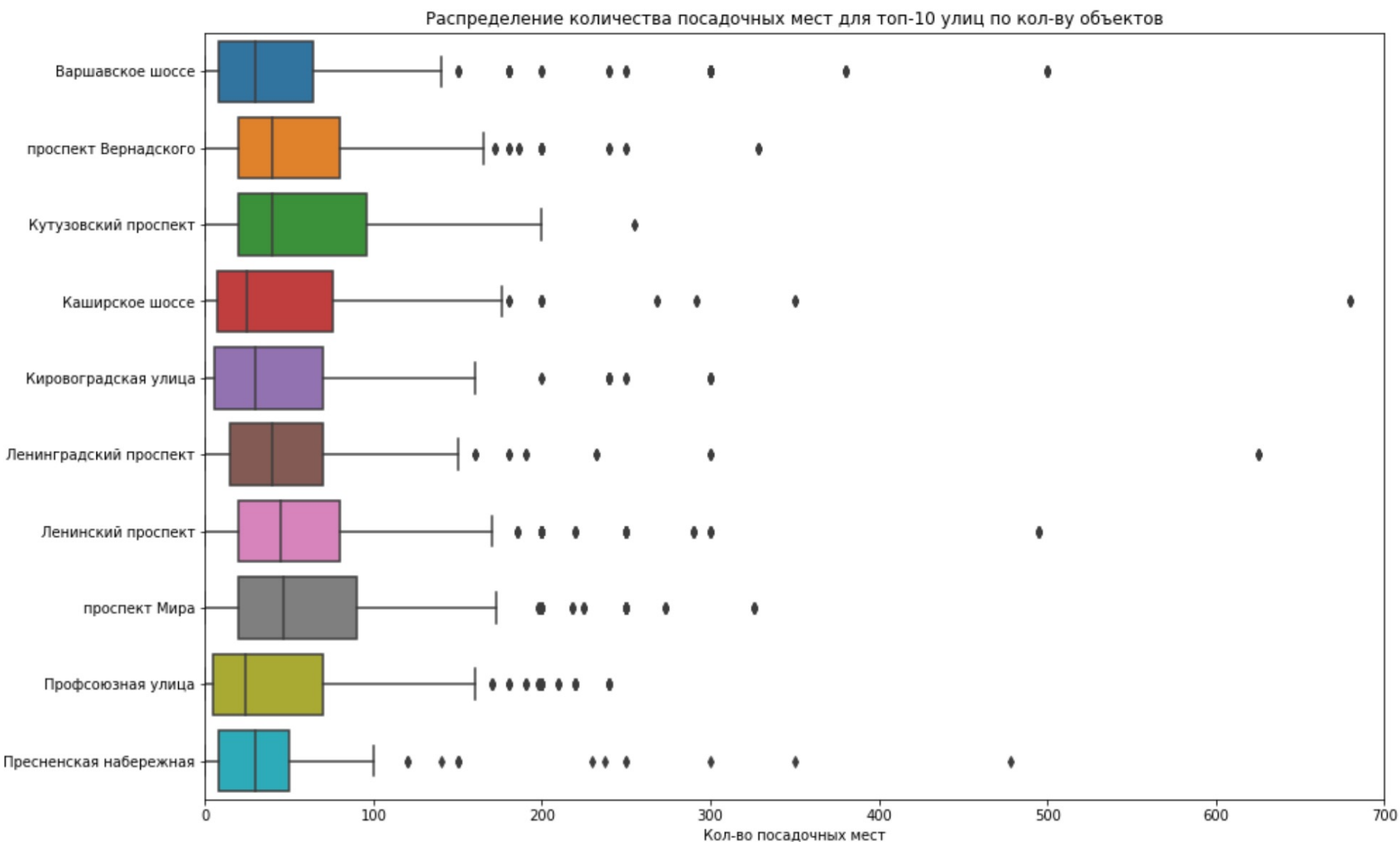
Улицы с наибольшим числом заведений



## Вывод:

- Улицы с наибольшим числом заведений – **проспект Мира, Профсоюзная улица, Ленинградский проспект**
- Предполагаем, что результат обусловлен протяженностью улиц: большинство из них располагается сразу в нескольких районах Москвы

# Посадочные места для улиц с большим кол-вом объектов



## Вывод:

- Наибольшее число посадочных мест в заведениях на **Кутузовском проспекте, Проспекте Мира, Каширском шоссе и Ленинском проспекте**
- Наименьшее – в заведениях на **Пресненской набережной**

# Рекомендации

- Отталкиваясь от первичного анализа рынка, мы можем рекомендовать партнерам открыть объект общественного питания в формате кафе, рассчитанный на 30-40 посадочных мест. Предполагаем, что объект выгоднее разместить в одном из центральных районов (Таганский, Хамовники, Басманный, Тверской). Можно рассмотреть топ-10 улиц с самым большим числом объектов, однако есть риск, что они уже перегружены заведениями общественного питания.
- К тому же, при принятии решения об открытии объекта важно также учитывать проходимость улиц, доступность объекта для целевой аудитории, величину финансовых ресурсов, которыми располагают предприниматели, предполагаемый срок окупаемости бизнеса. Так, при аренде помещения в самом центре Москвы, риск того, что бизнес будет окупаться долго или не окупится вообще, возрастает.
- Альтернативным вариантом может быть открытие столовой. Для ее расположения лучше выбирать локации рядом с бизнес-центрами и офисными зданиями, а число посадочных мест увеличивать до 90-100.