

РЫНОК ЗАВЕДЕНИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ МОСКВЫ

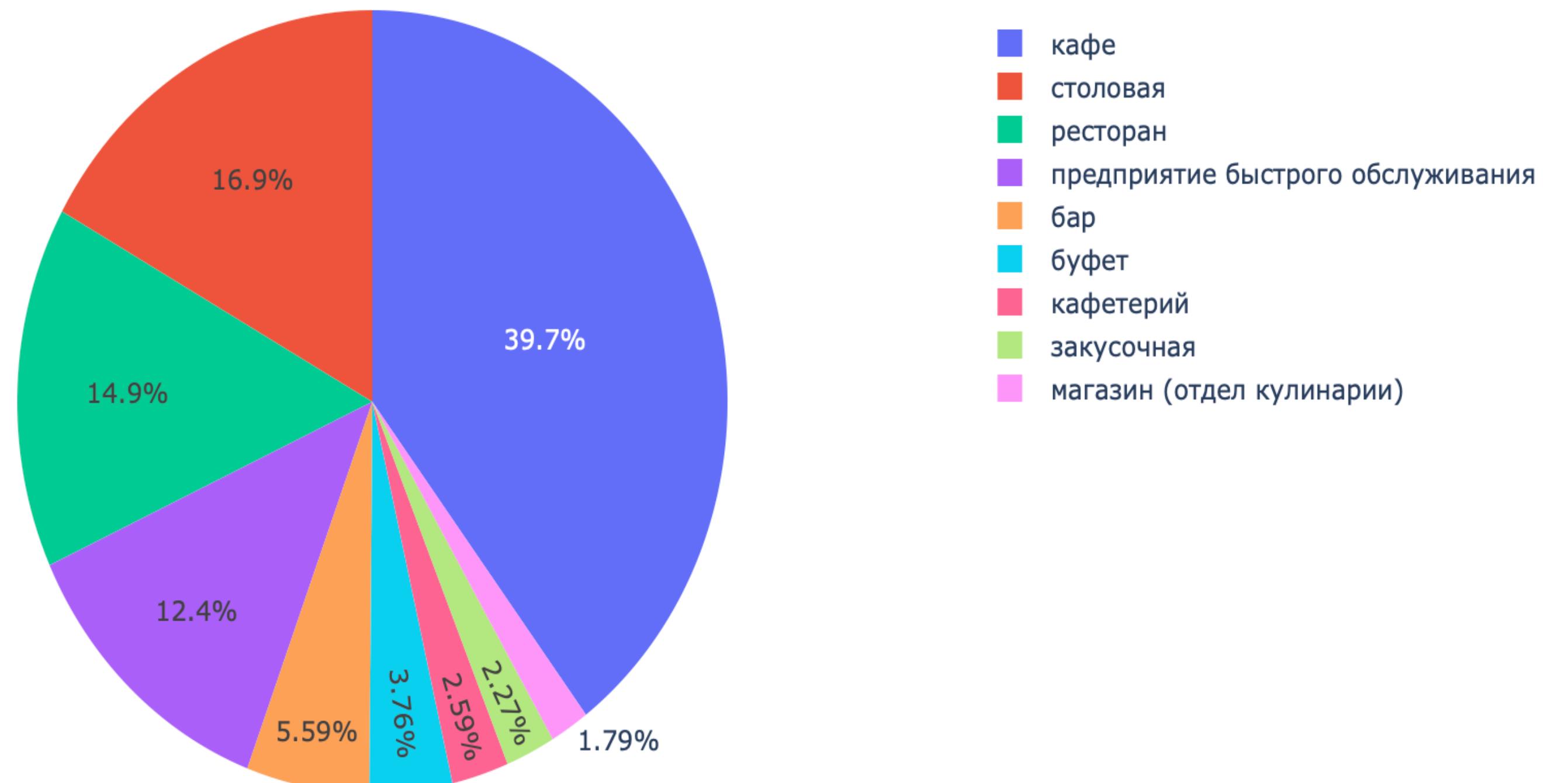
- **Цель** - подготовить исследование рынка на основе открытых данных о заведениях общественного питания в Москве.
- **Задачи** - сформулировать рекомендации о виде заведения, количестве посадочных мест, а также районе расположения, прокомментировать возможность развития сети, подготовить итоговую презентацию для инвесторов
- **Временные рамки исследования** - август 2022 года
- **Источники данных:**
 - 1) Портал открытых данных правительства Москвы
 - 2) Сайт «GIS-Lab» - независимый информационный ресурс посвященный Географическим информационным системам (ГИС) и Дистанционному зондированию Земли (ДЗЗ)

ОБЩИЕ ВЫВОДЫ

- Самым распространенными заведениями общепита в Москве являются кафе, следом за ними идут столовые, рестораны и фастфуды.
- Только **20% заведений являются сетевыми**. По отдельным видам заведений, эта цифра доходит до 42%
- **Медианное количество посадочных мест в заведении - 40**. Среди отдельных видов заведений общепита это число колеблется от 130 до 5.
- Самые насыщенные объектами общепита улицы расположены, главным образом, в ЦАО, СВАО, ЗАО, ЮЗАО и ЮАО.
- Потенциальные точки роста (улицы только с 1 объектом) можно найти практически во всех районах Москвы, кроме ее центральной части и СЗАО.

ВИДЫ ОБЪЕКТОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

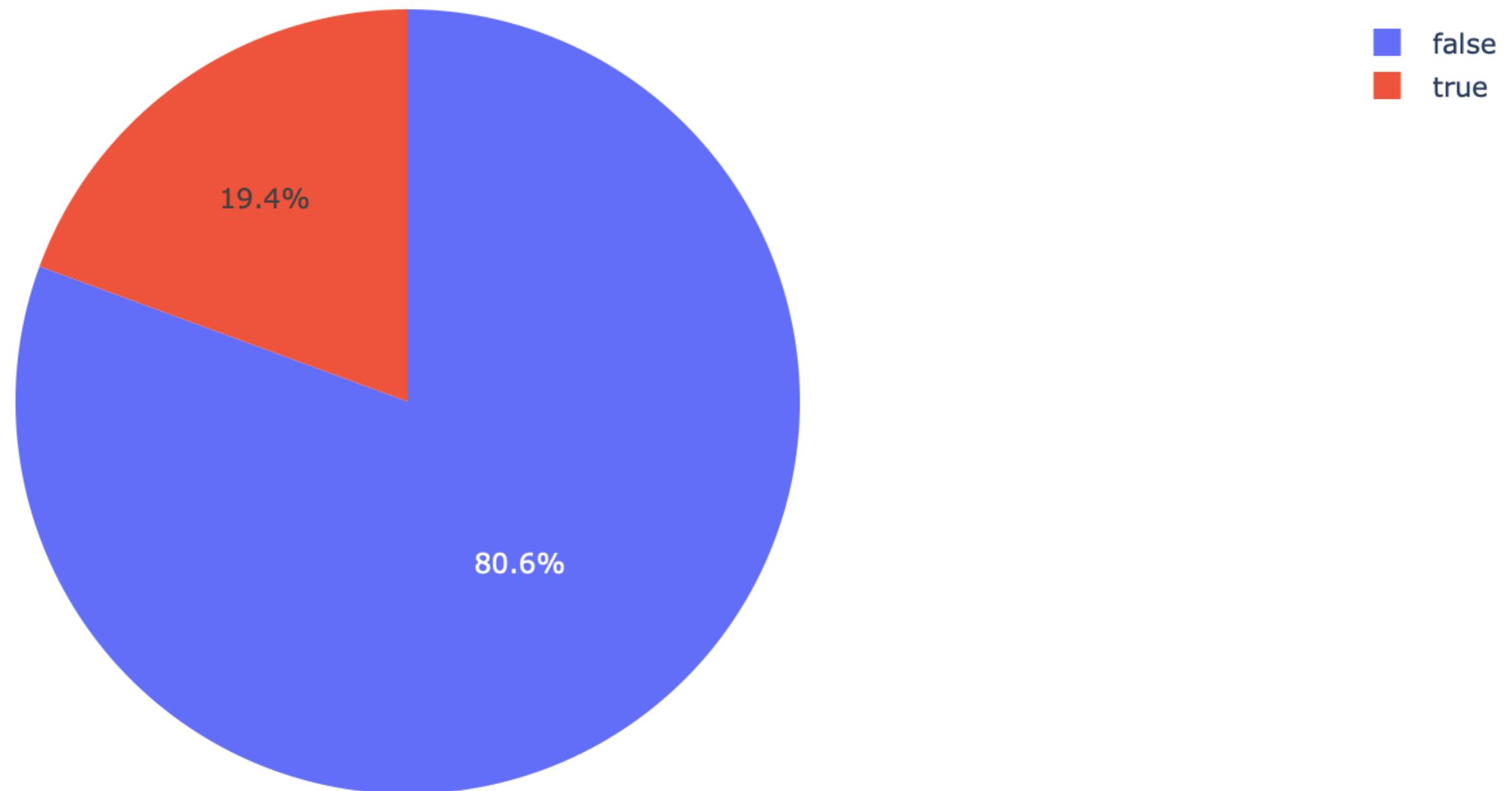
Соотношение видов объектов общественного питания



- Самым распространенными заведениями общепита в Москве являются кафе - 40%, следом за ними идут столовые(17%), рестораны(15%) и фастфуды(12%).
- Большое количество кафе может косвенно свидетельствовать о популярности среди москвичей именно данного вида заведений.
- Учитывая столь высокую конкуренцию в нашем сегменте, требуется учесть и иные факторы, которые могут сказаться на потенциальной успешности нашего предприятия.

СЕТЕВОЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ

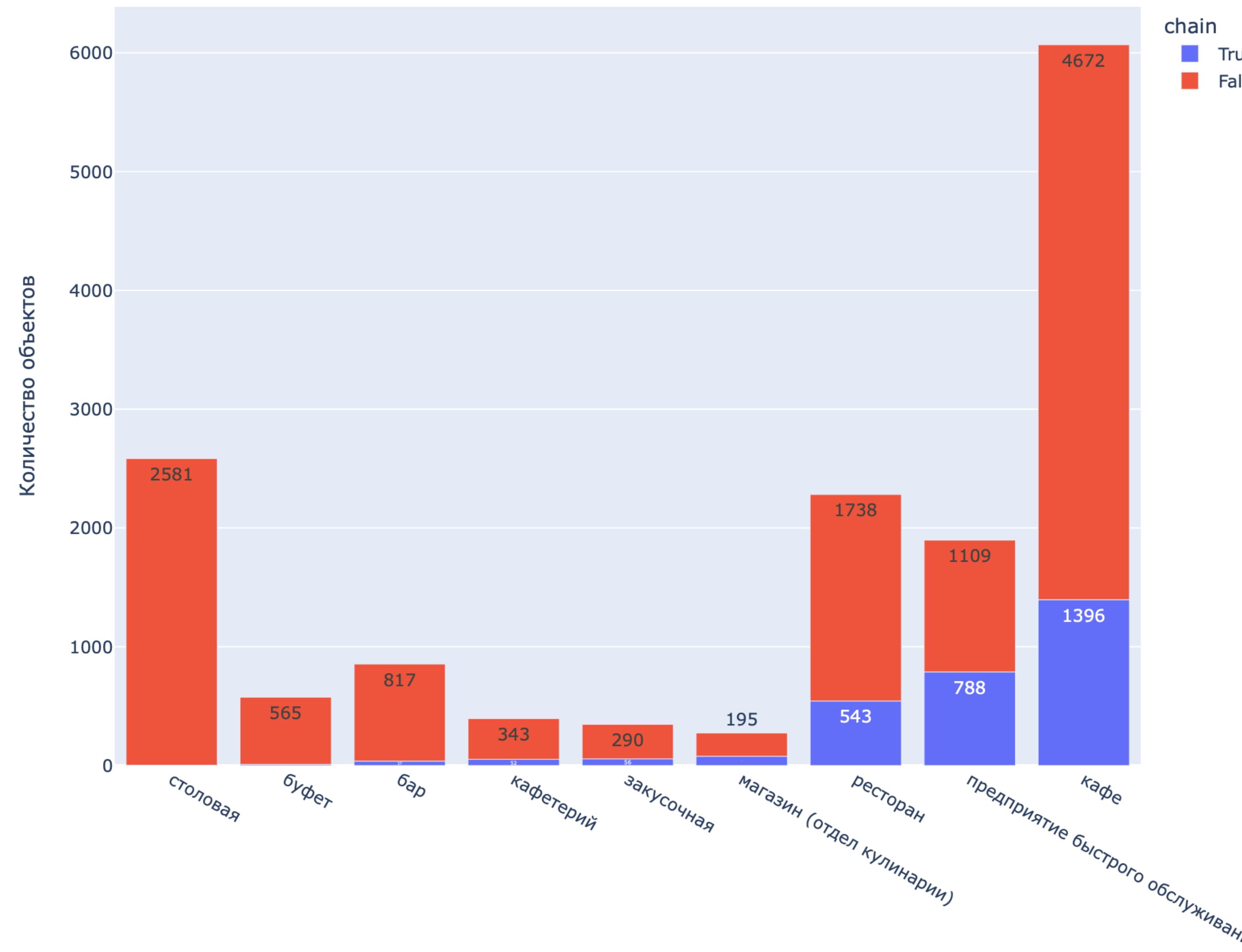
Соотношение сетевых и несетевых заведений в Москве



- Только **20%** заведений являются сетевыми.
- Однако ситуация меняется в зависимости от вида объекта общественного питания

СЕТЕВОЕ РАСПРОСТРАНЕНИЕ

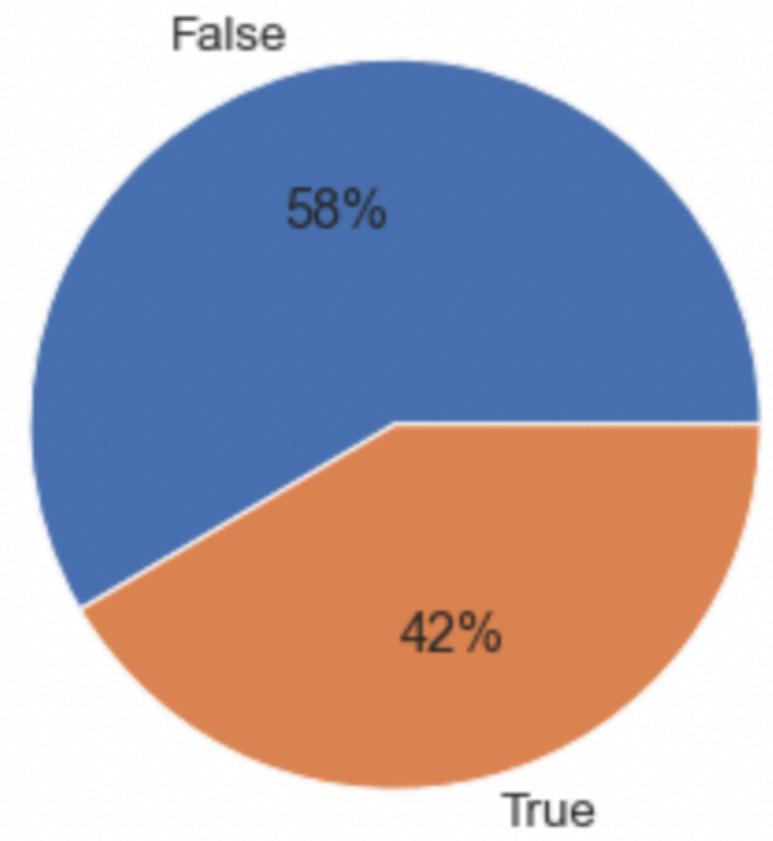
Соотношение сетевых и несетевых заведений по виду объекта общественного питания



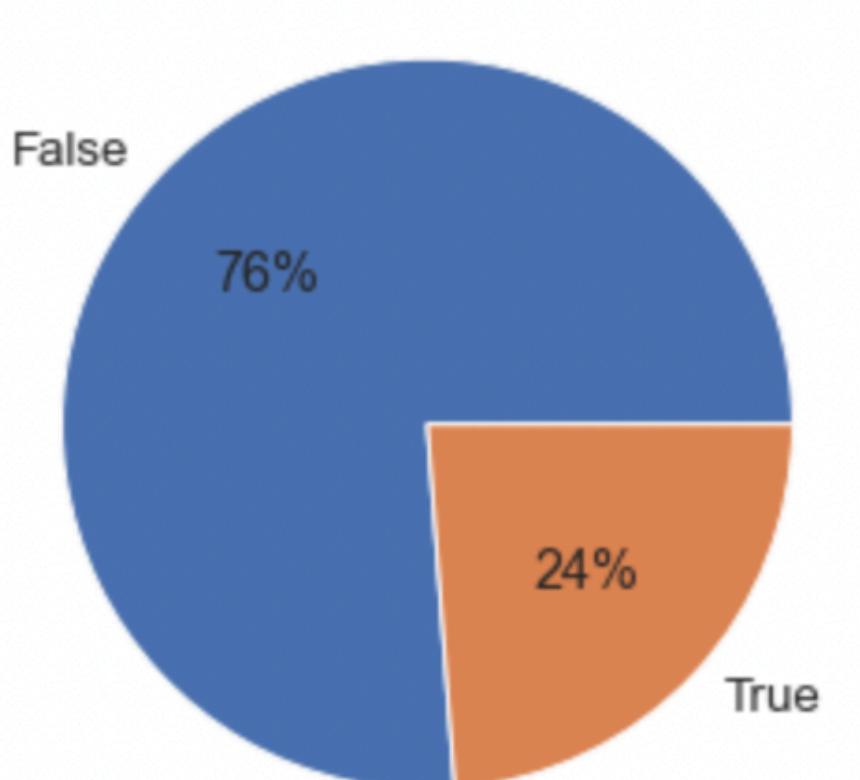
- Доля сетевых заведений среди столовых, буфетов, баров, кафетерииев, закусочных и магазинов крайне незначительна.
- Среди ресторанов, фастфудов и кафе сетевое распространение встречается гораздо чаще.

ДОЛЯ СЕТЕВЫХ ЗАВЕДЕНИЙ В ПОПУЛЯРНЫХ КАТЕГОРИЯХ

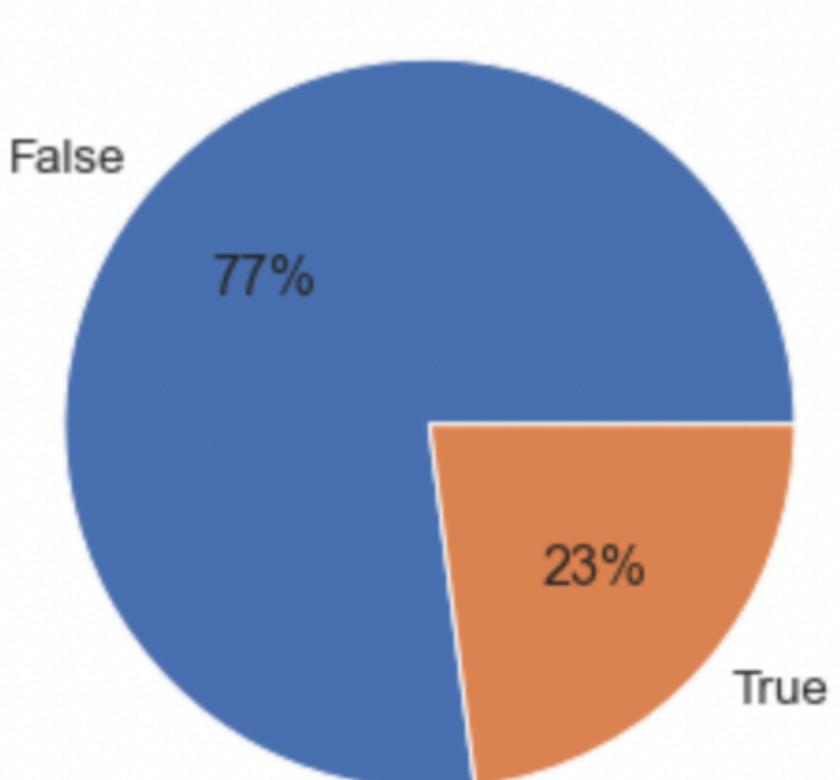
предприятие быстрого обслуживания



ресторан

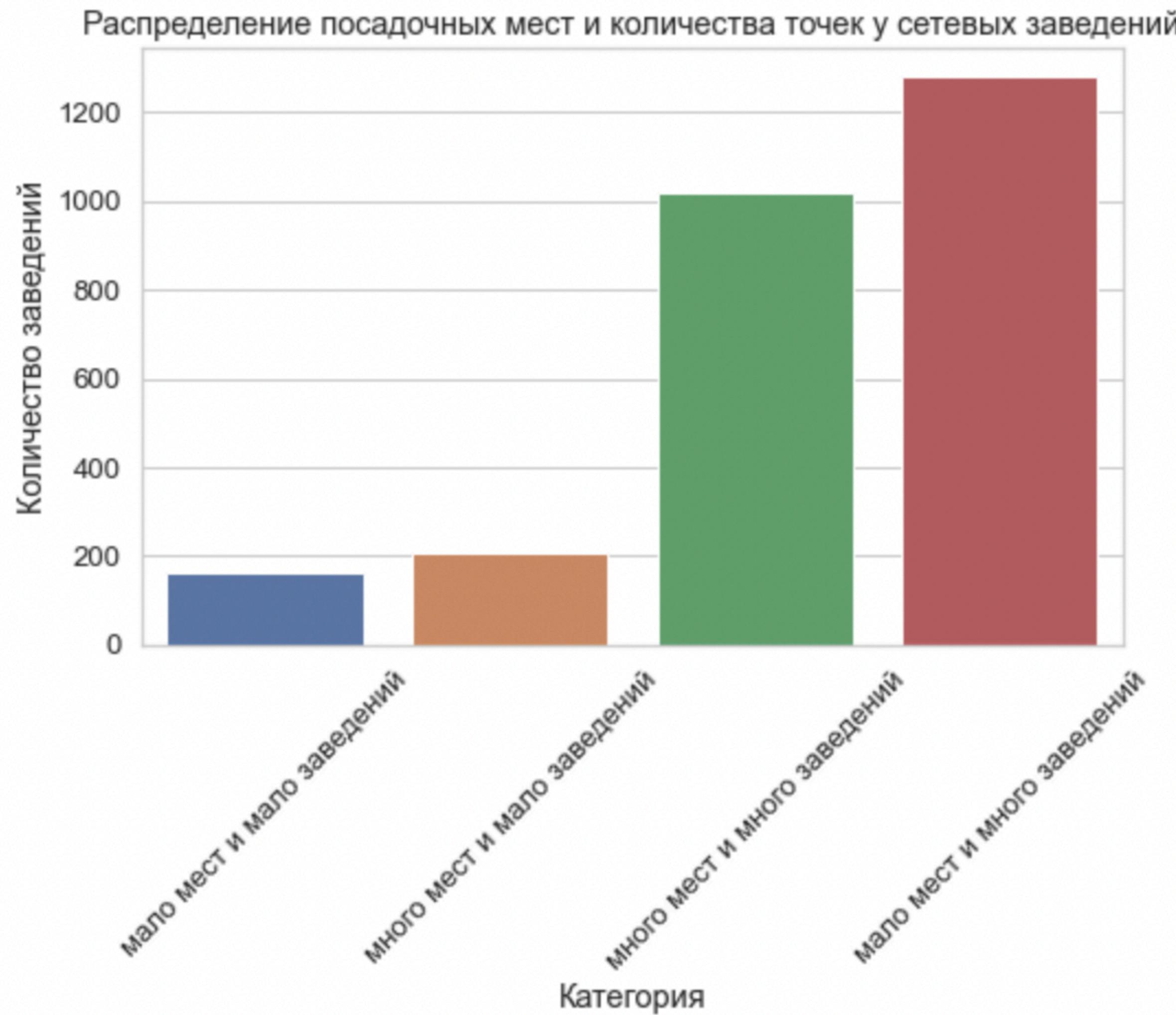


кафе



- Главным образом, сетевое распространение характерно для предприятий быстрого обслуживания - доля сетевых заведений в этой категории более 40%.
- В меньшей степени - для кафе и ресторанов, там на долю сетей приходится около четверти заведений.

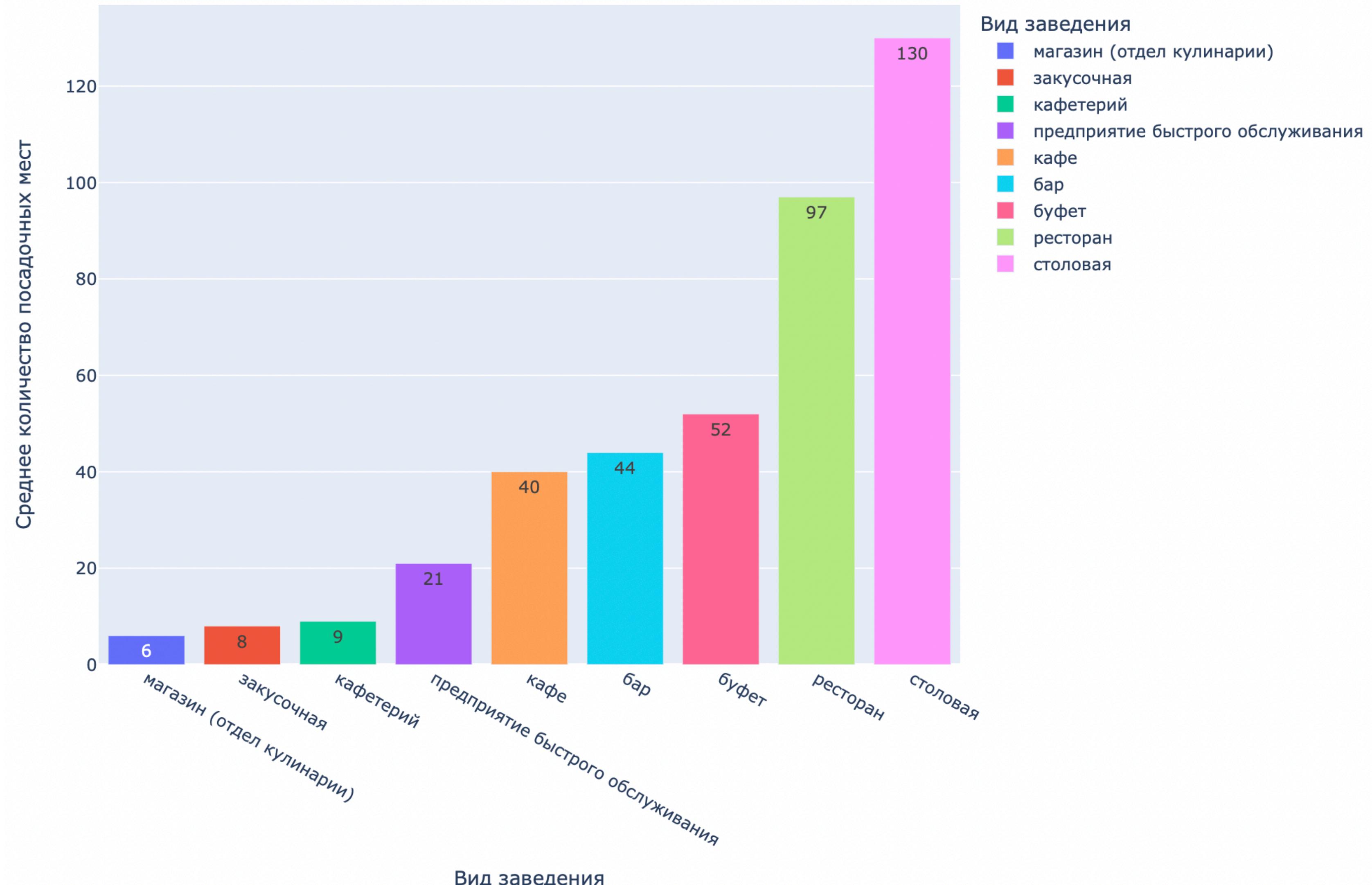
ОСОБЕННОСТИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ СЕТЕВЫХ ЗАВЕДЕНИЙ



- **Типичная сеть:**
- Медианное количество мест = 40
- Медианное количество точек = 4
- Для сетевых заведений характерно большое количество точек при не слишком большом количестве посадочных мест.
- Это объяснимо - сети делают ставку на географии охвата всей сети, а не на количестве посадочных мест в одном заведении.

ПОСАДОЧНЫЕ МЕСТА

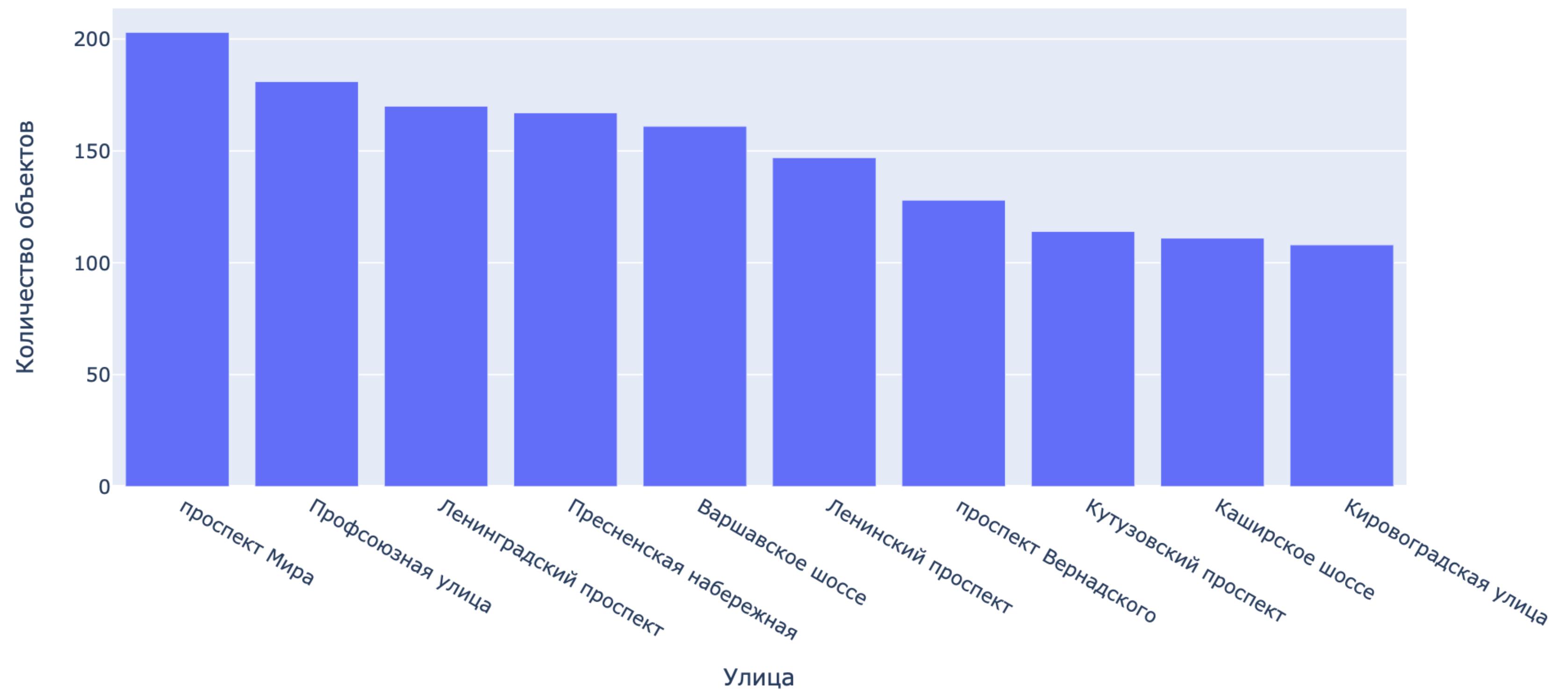
Среднее количество посадочных мест у разных видов заведений



- Наибольшее количество посадочных мест характерно именно для столовых, а наименьшее для магазинов, для которых общепит это далеко не их основная функция .
- На этом графике нас в первую очередь здесь интересует столбец, посвященный кафе. Согласно графику, **типичное московское кафе в среднем расчитано примерно на 40 посетителей.**

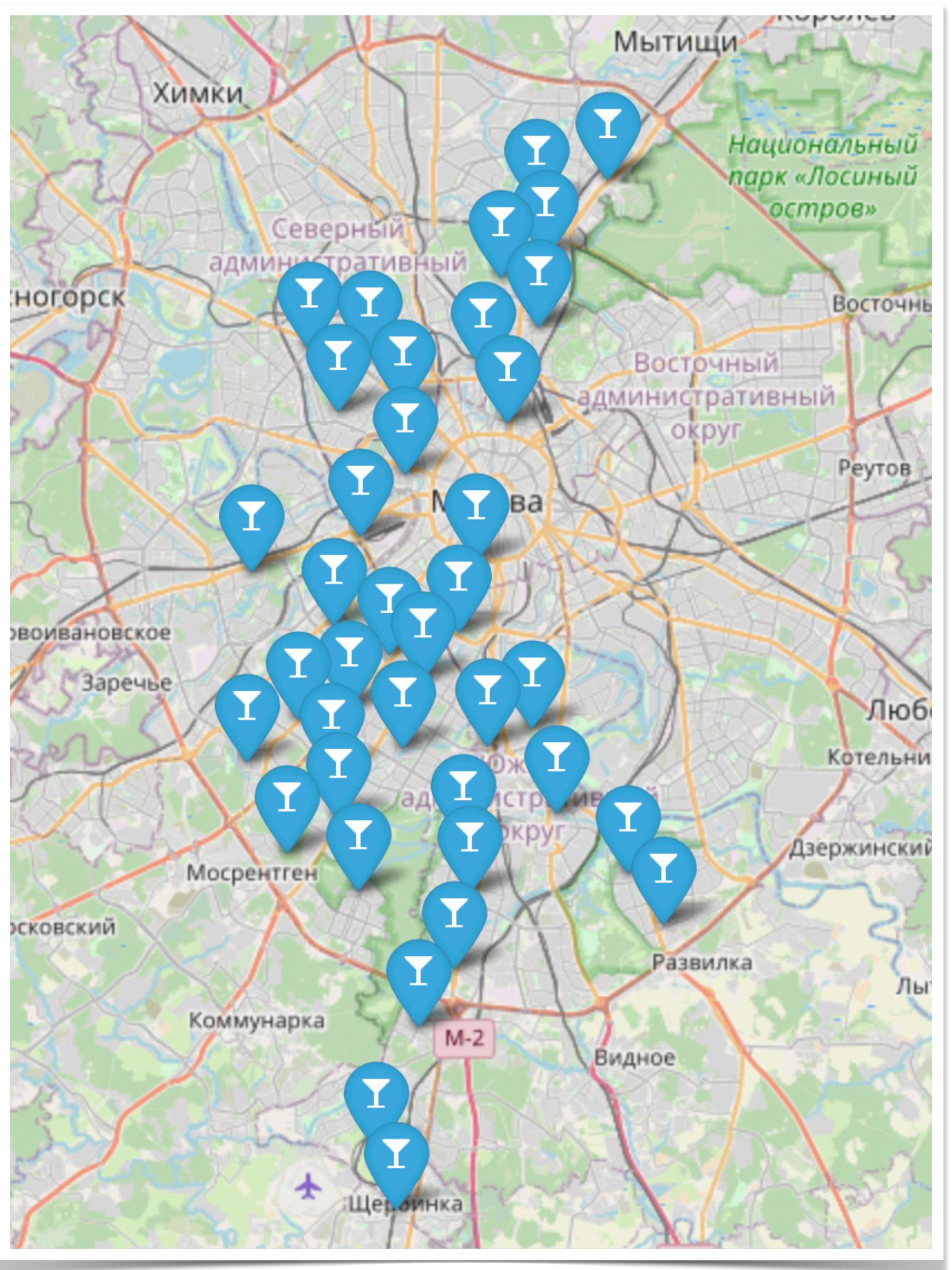
ТОП-10 УЛИЦ ПО КОЛИЧЕСТВУ ОБЪЕКТОВ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

Топ-10 улиц по количеству объектов общественного питания



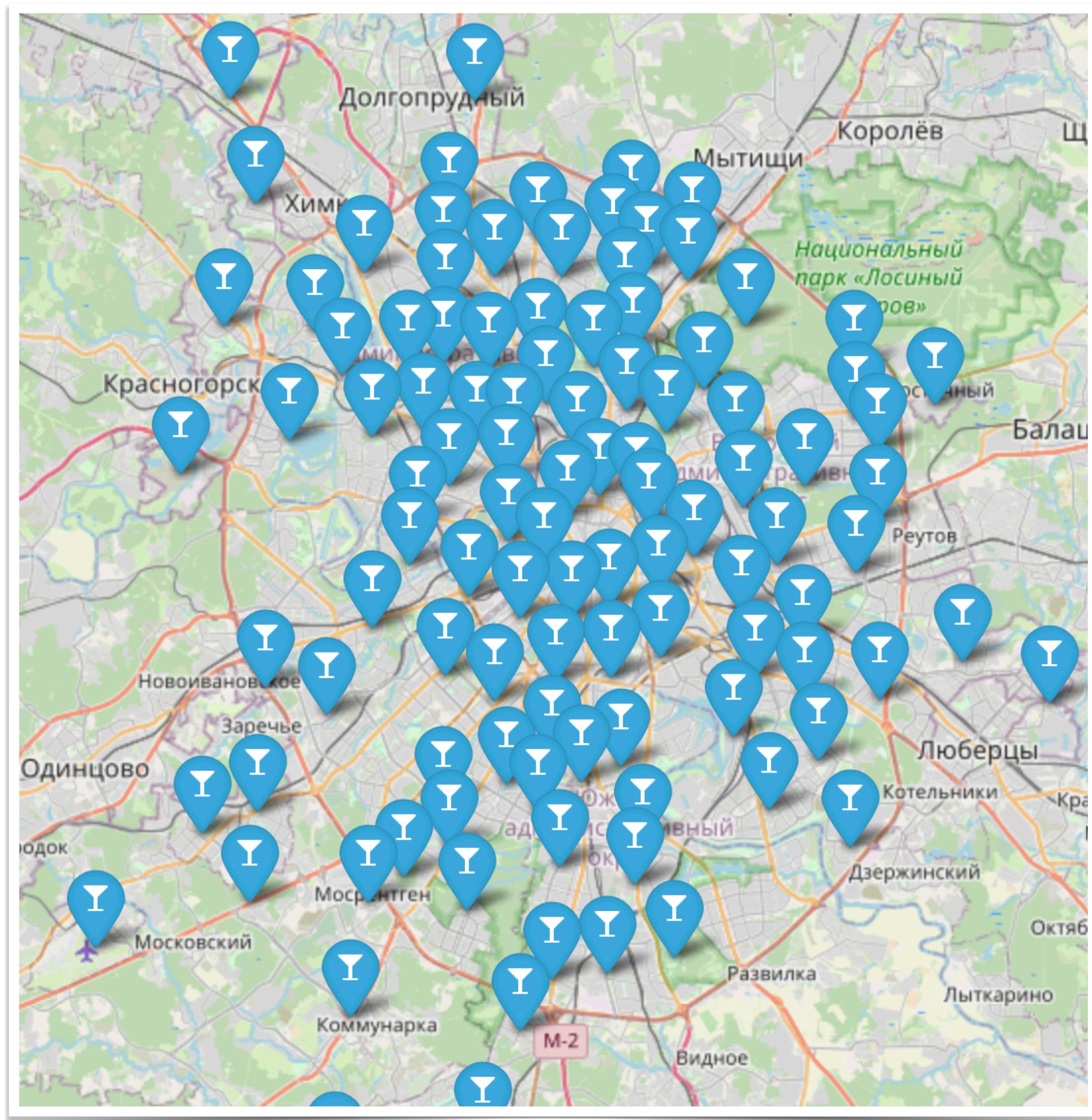
- Попадание именно этих улиц в наш топ объяснимо - все они, за исключением разве что Пресненской набережной, являются одними из самых протяженных улиц Москвы. Поэтому они аккумулируют в себе большое количество заведений общепита.
- Попадание в топ Пресненской набережной объясняется ее расположением - возле Москва-Сити, где также наблюдается повышенная концентрация деловой и досуговой активности.

ГЕОГРАФИЯ ТОП-10 УЛИЦ



- Может показаться, что центр Москвы практически не затронут объектами общепита. Разумеется это не так, а его пустота конкретно на этой карте объясняется тем, что в центральной части города довольно непротяженные улицы. Соответственно, это и помешало попасть им в топ-10 улиц.
- Самые насыщенные объектами общепита улицы расположены, главным образом, в ЦАО, СВАО, ЗАО, ЮЗАО и ЮАО.
- Следовательно, стоит обратить внимание на другие территории, в которых концентрация объектов общепита не так высока. Возможно именно в этих районах мы можем найти потенциальные точки роста для нашего будущего кафе.

УЛИЦЫ С 10 БЪЕКТОМ ОБЩЕПИТА



- Если первая карта демонстрировала нам районы Москвы с повышенной концентрацией заведений общепита, то здесь, наоборот, **представлены потенциальные точки роста** - улицы, обделенные гастрономическим вниманием москвичей.
- Как видим, подобные улицы **можно найти практически во всех районах Москвы, за исключением разве что ее центральной части** (при увеличении масштаба карты это было бы заметно) и **СЗАО**.
- При этом СЗАО слабо представлен на обеих картах - это косвенно может говорить о том, что открытие кафе в этой части города не самая очевидная идея, требующая дополнительного анализа.

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ФОРМАТУ ЗАВЕДЕНИЯ

- Принимая во внимание нестандартный подход к обслуживанию гостей и соответственно рискованность нашего будущего заведения, видится наиболее оптимальным вариантом **открытие предприятия с небольшим количеством посадочных мест.**
- Учитывая среднее количество мест в разных видах заведений выбор следует делать из кафе или предприятия быстрого обслуживания. Однако для фастфуда характерно сетевое распространение, поэтому нет уверенности, что наше экспериментальное заведение сможет выдержать конкуренцию с крупными игроками. **По этой причине, рекомендуется остановиться на кафе, как оптимальном типе заведения.**
- Рекомендуемое количество посадочных мест, учитывая все вышеописанные детали - 40

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО РАСПОЛОЖЕНИЮ ЗАВЕДЕНИЯ

- Учитывая инновационность нашего предприятия, можно предложить один из районов с "точками роста" со второй карты, в котором преобладала бы аудитория, которую бы потенциально смогло бы заинтересовать наше необычное кафе.
- В качестве таких районов можно отметить, например, **Можайский**. Несмотря на свою удаленность от центра, именно в нем расположен инновационный центр **Сколково**, в которым расположены технопарк и университет - объекты притяжения той самой специфической аудитории, которую мог бы привлечь необычный концепт нашего кафе. Плюс ко всему особая экономическая зона и удаленность от центра помогли бы сократить издержки на запуск и дальнейшее функционирование нашего заведения.
- **Альтернатива** - открытие кафе в районах **Хамовники** или **Раменки** - они также присутствуют на второй карте (Раменки также отмечены и на первой). В них расположено довольно большое количество объектов, которые посещает аудитория, которой могло быть интересно наше кафе - образовательные учреждения, научные центры, а также офисы некоторых ИТ компаний :)

ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗВИТИЯ СЕТИ

- В случае локального успеха на одной из этих площадок, можно масштабироваться и в другие районы Москвы. В качестве первоочередных направлений стоит выбирать те районы, в которых представлены объекты притяжения той аудитории, которую бы потенциально смогло бы заинтересовать наше заведение.
- Учитывая размеры текущих сетей, представленных на рынке общепита Москвы, предлагается открывать заведения среднего размера, но с широким географическим охватом различных районов города.