

**Цель исследования:** анализ ресторанного рынка г. Троицка МО

**Период проведения:** сентябрь  
2009 г.

### **Методы исследования:**

- полевой метод (посещение счетчиками каждого ресторанного заведения выборки, наблюдение и сбор информации);
- мониторинг локальной прессы и новостных порталов г. Троицк;
- анализ региональных статистических баз данных;
- мониторинг форумов г. Троицка;
- мониторинг отраслевых порталов;
- интервью с жителями г. Троицк.

### **Совокупная выборка:**

- «Бирхаус»;
- «Заречье»;
- «Пикник на обочине»;
- «Ресторан №1»;
- «Сакура С»;
- «Скрип колеса»;
- «Траттория»;
- «Штрафная»;
- «Ионото»;
- «Бунабуджи».

10

**Ключевой целью проекта является выявление свободных и/или перспективных ниш на ресторанном рынке г. Троицк.**



**Для достижения данной цели в рамках настоящего маркетингового исследования были решены следующие задачи:**

1. Выявлен социально-демографический портрет г. Троицка
2. Определен объем ресторанного рынка г. Троицка
3. Сформированы паспорта ресторанных заведений выборки
4. Проведена сегментация рынка
5. Выявлены наиболее/наименее успешные проекты по каждому признаку сегментации
6. Определены особенности развития ресторанного рынка г.Троицка
7. Выявлены потенциальные к успеху концепции ресторанных проектов
8. Проведен SWOT-анализ потенциальных концепций проектов
9. Даны рекомендации по апробации некоторых типов концепций ресторанных заведений

Социально-демографический портрет города рассмотрен в разрезе следующих показателей:

- географическое местоположение,
- градообразующий фактор,
- финансово-экономическое положение,
- потребительский рынок,
- градостроительная деятельность,
- малое предпринимательство,
- численность населения,
- занятость населения,
- уровень жизни населения,
- уровень автомобилизации.

Дата актуализации данных  
– 1 января 2010 года.

Основные социально-демографические показатели рассмотрены в динамике с 1996 года.



График 1. Естественный прирост населения г. Троицка, 1996-2009 гг.

Объем ресторанного рынка выявлен на основе **анализа региональных статистических баз данных.**

Объем качественного сегмента рынка выявлен посредством полевых исследований (сопоставление физических и маркетинговых параметров деятельности заведений Троицка с общепринятой классификацией предприятий общественного питания).

*«... В настоящее время в г. Троицк функционируют ... заведения общественного питания, рассчитанные на ... посадочных места, общей площадью 2 168, 3 кв.м. По итогам 2007 года объем рынка в количественном выражении достигал 22 заведения общественного питания на 917 посадочных мест (прирост к уровню 2006 года 18%). В соответствии с особенностями развития рынка прирост числа заведений общественного питания осуществляется за счет закрытия старых заведений и появления новых. ...»*

*«... Объекты общественного питания разнообразны. На рынке представлены все основные типы ресторанных заведений: кафе, бары, кофейни, рестораны, буфеты, траптория, пивной бар, спорт-бар, загородной дом – шале и пр. ...»*

*«... Удельный вес ресторанных заведений в соответствии с общепринятой классификацией составляет не более 38% или 9 заведений в количественном выражении. К данным заведениям относятся ...»*

Паспорта ресторанных заведений сформированы на основе проведенных полевых исследований рынка.

Полевое исследование заключалось в посещении счетчиками заведений выборки, заполнении анкет по каждому заведению в разрезе 8 основных блоков.

В каждом блоке детализировано рассматривались следующие вопросы:

- 1. Местоположение:** адрес, картографическое изображение объекта, характеристика района с указанием всех близрасположенных объектов торговли, общеобразовательных и дошкольных учреждений, объектов коммунальной службы, досугово-культурных заведений, ресторанных заведений, объектов сферы услуг и здравоохранения и пр. На основе полученных данных дается заключение о районе расположения ресторана.
- 2. Физические параметры:** режим работы, площадь обслуживания, количество и размерность столиков, уборные помещения, парковка, описание здания, в котором расположен ресторан.
- 3. Фирменный стиль заведения:** дизайнерское решение, уровень комфортабельности, атмосфера заведения, дополнительные услуги.
- 4. Целевая аудитория:** цель посещения, демографическая характеристика, социальный статус.
- 5. Ассортиментная политика:** основное направление кухни, основные ассортиментные позиции, коктейльная/винная карта, специальные предложения
- 6. Ценовая политика:** уровень цен на основные ассортиментные позиции, система скидок, система «чаевых»
- 7. Маркетинговые параметры:** средний чек, среднее время пребывания клиента, количество посещений (утро/вечер будни, выходной), рекламная активность
- 8. Уровень обслуживания:** количество столов обслуживания одним официантом, униформа, время обслуживания, культура обслуживания, деление зала на курящий/некурящий, автоматизация.

На основе полученной информации осуществляется SWOT-анализ объекта (сильные стороны, слабые стороны, угрозы, возможности) и дается заключение о ресторанном заведении.

4

## Проведена сегментация рынка

Сегментация рынка осуществляется в разрезе следующих параметров:

Географическая концентрация ресторанных заведений

Форматы заведений

Средний чек

Уровень посещаемости (утро/вечер будни, выходной)

Ассортиментная политика

Площадь обслуживания

Посадочные места

Дополнительные услуги

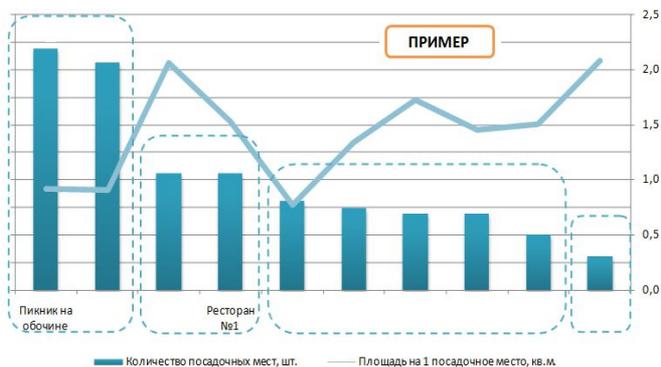


Диаграмма 4. Сегментация рынка по количеству посадочных мест

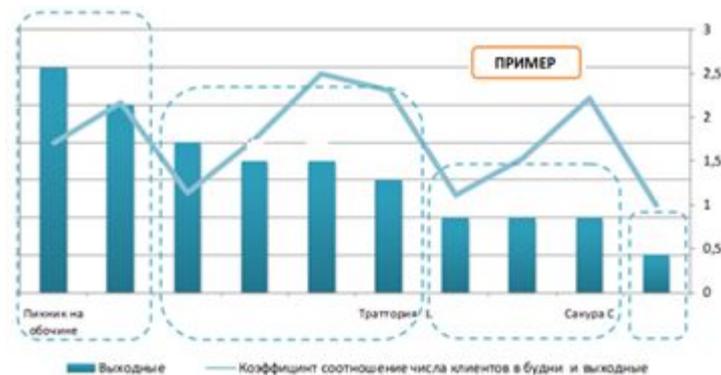


Диаграмма 5. Уровень посещаемости заведений в выходные

5

Выявлены наиболее/наименее успешные проекты по каждому признаку сегментации

Данная информация позволила в дальнейшем дать аргументированное обоснование рыночных перспектив реализации той или иной концепции ресторанных заведений.

6

## Определены особенности развития ресторанного рынка г.Троицка

На базе проведенного исследования выявлены особенности развития ресторанного рынка Троицка, что позволяет даже «новичку» в полной мере понять суть местного ресторанного рынка, ознакомиться с его законами и методами существования.

*«... Локальный ресторанный рынок не является для жителей города уникальным вследствие близости расположения к Москве. Местный житель «избалован» разнообразными концепциями столичных заведений. Троичане сравнивают местные ресторанные заведения с московскими. В случае резкого диссонанса между ценой и качеством продукта, предлагаемого местным заведением, жители не принимают проект. Неприятие обуславливается осознанием того, что издержки заведения в г. Троицк намного ниже издержек любого московского ресторана, соответственно, ценовая политика заведения должна быть более лояльной. ...»*

7

## Выявлены потенциальные к успеху концепции ресторанных проектов

Качественная и количественная сегментация рынка позволила выявить ряд перспективных концепций ресторанного рынка Троицка:



## Проведен SWOT-анализ потенциальных концепций проектов

Каждая концепция проекта оценивается с точки зрения:

- насыщенности сегмента,
- качественной удовлетворенности текущим предложением,
- экономической целесообразности,
- сложности удовлетворения обязательным атрибутам концепции,
- пр.

Материалом для проведения SWOT-анализа послужило проведенное маркетинговое исследование, а также тщательный мониторинг местных форумов, локальных СМИ и интервью с жителями Троицка.

*«... Пивной сегмент представлен в г.Троицке довольно широко, однако основной пласт сегмента формируют небольшие бары-забегаловки, характеризующиеся невысокими ценами на алкоголь, отсутствием дизайна и сервиса.*

*Второй эшелон пивных заведений – это бары «Штрафная» и «Амфитрион», воспринимаются троичанами в качестве общественных пивных (как в совковый период).*

*Ассортимент и обслуживание в данных барах рассчитаны на стандартного посетителя со средним доходом без эксклюзивных предпочтений, желающего быстро перекусить и пообщаться вечером с друзьями.*

*Потребители делятся на 2 группы: принимающие формат заведения и ожидающие качество блюд и сервис в пределах концепции заведения; не принимающие формат, главным образом, вследствие этического недопущения данного качества и сервиса. Средний чек в заведениях варьируется от 200 руб. до 500 руб. в зависимости от количества потребляемой продукции. ...»*

## Даны рекомендации по апробации некоторых типов концепций ресторанных заведений

# ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ **INVENTICA**

## Расчет экономической эффективности открытия ресторана в г. Троицк

Компания «Inventica» осуществляет расчет экономической эффективности ресторана любой концепции.

Индивидуальный проект может заключаться в разработке бизнес-плана, технико-экономического обоснования, инвестиционного меморандума, кредитной заявки или отдельно финансовой модели.

Подробный анализ рентабельности деятельности заведения позволит Клиенту обратить внимание на факторы, оказывающие особенно сильное влияние на данный бизнес.

В результате совместно с Клиентом будет выработана оптимальная концепция и стратегия развития ресторана.

С примерами наших работ в ресторанной тематике Вы можете ознакомиться на нашем сайте [www.inventica.ru](http://www.inventica.ru).

## Готовые проекты открытия ресторана в г. Троицк

Вы можете приобрести готовые технико-экономические обоснования целесообразности открытия ресторанов разных концепций в г. Троицк (к ТЭО прилагается финансовая модель, учитывающая 2000 параметров функционирования ресторанного заведения).

Детализированная информация по готовым проектам дается по запросу.  
Контакты: **(495) 629-65-41**, менеджер проектов Хлебнова Елена