



Türkiye Yemek Hizmeti Pazarı

Full Servis Restoranlar

Şubat 2023

İçindekiler

Yemek Hizmetine Bakış | Pazar Segmentleri

4

Full Servis Restoranlar (%40)
Kafe ve Barlar (%26)
Fast Food / Eve Servis (%25)
Self Servis Kafeteryalar (%4)
Büfe ve Kiosklar w(%5)

Full Servis Restoranlar SWOT Analizi

5

Güçlü Yanlar (Strengths)
Zayıf Yanlar (Weaknesses)
Fırsatlar (Opportunities)
Tehditler (Threats)

Hedef Tüketici Segmentleri

6

Full Servis Restoranlar | Alt Kategoriler (1/2)

7

Lüks Restoranlar
Gündelik Restoranlar
Bütçe Dostu Restoranlar

Full Servis Restoranlar | Alt Kategoriler (2/2)

7

Zincir Restoranlar
Bağımsız Restoranlar

Yemek Hizmeti Sektör Trendleri

8

Sağlıklı Beslenme

10

Tüketicilerin Tercihlerinde Artış Gösterenler
Tüketicilerin Tercihlerinde Azalış Gösterenler

Sürdürülebilirlik

10

Zincir Restoranların Yükselişi

11

Zincir Restoranların Avantajı

Dijital Yemek ve Müşteri Deneyimi

12

Teknolojilerin Olası Kullanımları

Türkiye Yemek Hizmeti Pazarı

Türkiye yemek hizmeti pazarının en büyük parçasını oluşturan full servis gündelik zincir restoranlar incelenmiştir.

Yemek Hizmetine Bakış | Pazar Segmentleri

Toplam yemek hizmeti pazarının değer bakımından en büyük kısmını full servis restoranlar oluşturmaktadır. Raporun geri kalan kısmında bu segmente odaklanılacaktır.

Full Servis Restoranlar (%40)

FSR (full servis restoran) odağın müşterinin oturarak yemek yemesi olduğu tüm işletmeleri kapsar. Diğer hizmet türlerine göre daha yüksek yemek kalitesi ve masa servisi vardır. Menü çeşitliliği oldukça yüksektir ve kahvaltı, öğle yemeği ve akşam yemeğini kapsayabilir.

- Dünya mutfağı restoranları ve yerel mutfak restoranları olarak iki türü vardır.
- Big Chefs örnek olarak verilebilir.

BIG CHEFS

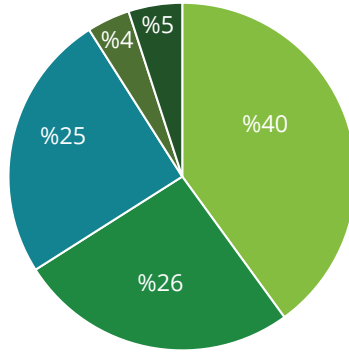
Kafe ve Barlar (%26)

Bu kategori, odağın içmeye dayandığı tüm kuruluşları kapsar (alkollü veya alkolsüz içecekler). Çok çeşitli atıştırmalıklar ve yemekler sunulurken, tüketicilerin sadece içecek sipariş etmeleri olağandır.

- Yerde hizmet odaklıdır.
- Kafe, bar ve çay evleri olmak üzere üç türü vardır.
- Starbucks örnek olarak verilebilir.



Toplam Pazar İçerisindeki Payı*



- Full Servis Restoranlar
- Kafe ve Barlar
- Fast Food / Eve Servis
- Self Servis Kafeteryalar
- Büfe ve Kiokslar

* 2021 pazar büyüklüğü tahmini verilerine göre toplam harcama tutarı bazında

Fast Food / Eve Servis (%25)

Hızlı servis restoranları, fast food ve eve servis sunan işletmeleri birleştirir. Bu işletmeler, hızlı bir şekilde hazırlanabilen öğelerle sınırlı menüler sunar. Hamburger, pizza veya tavuk gibi bir veya iki ana yemekte uzmanlaşma eğilimindedir, ancak genellikle içecekler, salatalar, dondurma, tatlı vb. ürünler de mevcuttur.

- Yemek odaklıdır.
- Pizza, hamburger ve dondurma gibi türleri bulunmaktadır.
- Tavuk dünyası örnek olarak verilebilir.



Self Servis Kafeteryalar (%4)

Self servis kafeteryalar hizmet personeli olmayan veya oldukça sınırlı olan işletmelerdir. Masaya hizmet değil, müşterilerin istedikleri yemekleri seçip tepsiye koyabilecekleri tezgahlar bulunmaktadır.

- Yemekhane stili restoranlar
- Açık büfeler
- Kayseri Mutfağı örnek olarak verilebilir.



Büfe ve Kiosklar (%5)

Büfe ve kiosklar düşük fiyatlar ile sınırlı ürün çeşitliliği sunan küçük yemek hizmet sağlayıcılarıdır.

- Döner büfeleri ve sandviç büfeleri örnek olarak verilebilir.

**Full Servis Restoranlar SWOT Analizi**

Full servis restoranların (FSR) diğer hizmet türlerine göre bazı avantajları olsa da bu tip restoranların pandemi ile değişen tüketici beklentilerine ve rekabet ortamına ayak uydurması gerekmektedir.

Güçlü Yanlar (Strengths)

- Full servis restoranlar diğer hizmet türlerine göre daha yüksek yemek kalitesi ve masa servisi içermekte, aynı zamanda daha üstün bir deneyim sunmaktadır.
- Menü çeşitliliği oldukça yüksektir ve kahvaltı, öğle yemeği ve akşam yemeğine uygun yemekler bulunmaktadır.

Zayıf Yanlar (Weaknesses)

- Full servis restoranlar, paket servis hizmetine ağırlık veren bir iş modeline sahip değildir ve pandemi ile beraber paket servis hizmetinin önemi artmıştır.
- Standartlar diğer segmentlere kıyasla daha yüksek olduğundan, full servis restoranların marka bilinirliği kazanma, güvenilir çalışanları işe alma ve yüksek hizmet seviyesini karşılayacak envanter tutma açısından her zaman dikkatli olması gerekmektedir.
- Zaman sıkıntısı çektikleri için giderek artan sayıda müşteri olabildiğince hızlı yemek servisi almak istemekte, FSR segmenti ise diğerlerine nazaran daha yavaş kalmaktadır.

Fırsatlar (Opportunities)

- Pandeminin etkisi azalmaya devam ettikçe, daha fazla tüketicinin restoranlarda yemek yemeye geri dönmesi ve paket servisi satışlarının pandemi öncesi payına gerilemesi beklenmektedir.
- Turist sayılarının önümüzdeki yıllarda kademeli olarak normale dönmesi ve artması beklenmekte, bu durum kalite ve deneyime önem veren FSR'lar için fırsat yaratmaktadır.

Tehditler (Threats)

- Tüketiciler, full servis restoranlardan bile eve teslimatı bir seçenek olarak talep etmektedir.
- Ekonomik belirsizlik ve yüksek işsizlik döneminde, tüketicilerin fiyat hassasiyeti artmakta ve zorunlu olmayan harcamaları kısma eğilimi göstermektedirler, bu durum FSR harcamalarını olumsuz etkileyebilmektedir.

