

Аналитический обзор (отчет)

«Анализ рынка торгово-развлекательной недвижимости, г.
Сочи. 4 кв. 2008 г.»

Демонстрационная версия

Аннотация:

При подготовке исследования использовалась следующая исходная информация:

1. Кабинетные исследования (открытая информация и базы данных GVA Sawyer)
2. Аудит, мониторинг объектов торговой и развлекательной недвижимости
3. Опросы управляющих компаний, девелоперов, собственников объектов
4. Данные мониторинга статистических данных по городу и региону
5. Прогнозы спроса, предложения и коммерческих условий по рынку в целом, в соответствии с методикой GVA Sawyer
6. Данные опроса жителей города методом анкетирования (посетителей основных торговых коридоров г. Сочи)

Исследование проведено в октябре 2008 года.

Объем отчета - 44 стр. печатного текста

Отчет содержит

22 таблиц, 3 карты, 14 диаграмм и 6 рисунков.

В приложении предоставлена классификация современных торговых комплексов согласно методикам Urban Land Institute (ULI), International Council of Shopping Centres (ICSC) и GVA Sawyer.

Язык отчета - русский.

Оглавление

1. Анализ инвестиционной привлекательности рынка торговой недвижимости региона.....	3
2. Анализ предложения.....	4
Предложение в сегменте Торговых центров.....	4
Street Retail.....	9
Анализ предложения в сегменте развлекательной недвижимости и общественного питания.....	16
Кинотеатры.....	16
Боулинг.....	17
Развлекательные центры.....	18
Общественное питание.....	21
Фитнес.....	26
3. Анализ спроса.....	28
Анализ потенциала рынка. Оценка ёмкости рынка.....	28
Торговая недвижимость.....	28
Развлекательная недвижимость.....	29
Развлекательные центры.....	30
Фитнес.....	30
Общественное питание.....	30
Анализ спроса со стороны торговых операторов.....	31
Сетевые торговые операторы.....	31
Анализ спроса со стороны конечных потребителей.....	33
Основные цели опроса:.....	33
Основные результирующие параметры выборки:.....	34
Потребительское поведение.....	35
Места совершения покупок.....	38
Посещение торговых центров.....	39
Потребность населения в торговых центрах.....	40
4. Коммерческие условия.....	42
Развлечения и общественное питание.....	43
Фитнес-клубы.....	43
Приложение 1. Классификация современных торговых комплексов.....	44

Список Диаграмм

Диаграмма 2.1 Динамика качественного предложения на рынке ТЦ Сочи.....	4
Диаграмма 2.2 Распределение площадей по торговым коридорам Центрального Сочи.....	10
Диаграмма 2.3 Структура предложения по типам арендаторов. Торговый коридор. Центральный Сочи.....	14
Диаграмма 2.4 Ценовая сегментация торгового коридора Центрального Сочи.....	15
Диаграмма 3.1 Динамика предложения и оценка емкости рынка торговой недвижимости г.Сочи.	28
Диаграмма 3.2 Результаты опроса. География проживания респондентов.....	34
Диаграмма 3.3 Результаты опроса. Частота приобретения различных групп товаров.....	35
Диаграмма 3.4 Результаты опроса. Частота посещения развлекательных, досуговых объектов, предприятий общественного питания.....	36
Диаграмма 3.5 Результаты опроса. Ежегодные затраты на покупку различных категорий товаров респондентами.....	37
Диаграмма 3.6 Результаты опроса. Места совершения покупок продовольственных товаров.....	38
Диаграмма 3.7 Результаты опроса. Места совершения покупок непродовольственных товаров	38
Диаграмма 3.8 Результаты опроса. Наиболее часто посещаемые торговые центры/объекты.....	39
Диаграмма 3.9 Причины выбора торгового комплекса.....	40
Диаграмма 3.10 Оценка спроса на ТРЦ в городе в целом.....	41

Список таблиц

Таблица 2.1 Торговые центры г. Сочи.....	7
Таблица 2.2 Кинотеатры г. Сочи.....	17
Таблица 2.4 Боулинг – центры г. Сочи.....	18
Таблица 2.5. Наиболее качественные развлекательные заведения г. Сочи.....	19
Таблица 2.6 Ночные клубы г. Сочи.....	20
Таблица 2.7 Строящиеся и планируемые развлекательные центры г. Сочи.....	20
Таблица 2.8 Список наиболее известных объектов общественного питания в Центральном Сочи..	22
Таблица 2.9 Основные действующие качественные фитнес-клубы на рынке Сочи.....	27
Таблица 3.1 Емкость рынка качественных торговых помещений и неудовлетворенный спрос в Сочи. Прогноз.....	28
Таблица 3.2 Кинотеатры. Общее предложение и емкость рынка.....	29
Таблица 3.3 Показатели обеспеченности дорожками в боулинг.....	29
Таблица 3.4 Сетевые продуктовые торговые операторы, представленные в Сочи.....	30

Таблица 3.5 Сетевые торговые операторы бытовой техники и электроники, представленные в Сочи.....	31
Таблица 3.6 Сетевые мебельные торговые операторы, представленные в Сочи.....	31
Таблица 3.7 Сетевые торговые операторы спортивных товаров, представленные в Сочи.....	32
Таблица 3.8 Сетевые торговые операторы парфюмерии и косметики, представленные в Сочи.....	32
Таблица 3.9 Результаты опроса. Частота приобретения различных услуг.....	33
Таблица 3.10 Результаты опроса. Средний чек, покупка товаров, услуг.	35
Таблица 3.11 Средний чек, покупка товаров, услуг, руб.....	36
Таблица 3.12 Неудовлетворенный спрос на товары в различных ценовых сегментах, % от ответивших.....	37
Таблица 4.1 Диапазон ставок аренды в ТЦ Сочи.....	42
Таблица 4.2 Диапазон ставок аренды для ТРЦ для операторов развлечений, общественного питания и фитнеса.....	43

Карты

Карта 2.1 Торговые центры Центрального района Сочи.....	5
Карта 2.2 Торговые центры Адлера.....	5
Карта 2.3 Торговые центры Красной Поляны.....	6

Рисунки

Рисунок 2.1 Характеристика торговой недвижимости, ул. Навагинская («Торговая галерея»).....	10
Рисунок 2.2 Характеристика торговой недвижимости, ул. Воровского.....	11
Рисунок 2.3 Характеристика торговой недвижимости, ул. Островского.....	12
Рисунок 2.4 Характеристика торговой недвижимости, ул. Советская.....	12
Рисунок 2.5 Характеристика торговой недвижимости, Курортный проспект	13
Рисунок 2.6 Характеристика торговой недвижимости, ул. Московская	13

Приложения

Приложение 1. Классификация современных торговых комплексов.....	44
--	----

Анализ инвестиционной привлекательности рынка торговой недвижимости региона

Генеральным планом Сочи предусмотрено активное развитие инфраструктуры города, объектов спортивного, рекреационного, гостиничного, торгового и делового назначения, что, в первую очередь, связано с тем, что Сочи будет являться столицей XXII Зимних олимпийских игр 2014 г., а также направлено на создание в Сочи курорта мирового уровня.

Предложение в сегменте Торговых центров

В рамках настоящего исследования был проанализирован рынок качественных торговых центров Сочи по состоянию на сентябрь-октябрь 2008 года. На этот момент в городе действовали 2 качественных торговых центра («Пять колец», «Новый век» - см. Табл. 2.1) общей суммарной площадью 9 100 кв.м, общей суммарной арендопригодной площадью (далее GLA – gross leasable area) - 6 660 кв.м

Таблица 2.1 Торговые центры Сочи

Источник: Исследование GVA Sawyer

№	Название	Год ввода	Адрес	Общая площадь объекта/площадь торговой составляющей, кв.м	GLA, кв.м	Описание	Фотоматериалы

.....

Street Retail

Торговый коридор центрального Сочи, являющийся основным местом для совершения покупок, как местными жителями, так и приезжими, представляет собой территорию, условными границами которой являются: Курортный Проспект, ул. Воровского, ул. Московская и ул. Советская

Анализ предложения в сегменте развлекательной недвижимости и общественного питания

Объекты, предоставляющие услуги развлечения, были рассмотрены в привязке к следующим составляющим:

- Кинотеатры
- Боулинг-центры
- Развлекательные центры (центры, ориентированные на семейный отдых или отдых для детей и подростков, предоставляющие сразу несколько видов развлечений, в том числе развлекательные зоны в составе ТРЦ

.....

Кинотеатры
 Источник: GVA Sawyer

№	Название / ТЦ	Адрес/ Месторасположение	Сеть	Кол-во залов	Кол-во мест

.....

Анализ потенциала рынка. Оценка ёмкости рынка

Торговая недвижимость

Модель оценки спроса, графически изображенная на Диаграмме 3.1, выражает объем потенциального спроса со стороны конечных потребителей на качественные торговые площади (ёмкость рынка). Объем спроса оценивается Консультантом исходя из показателей динамики оборота розничной торговли, оценки динамики оборота качественных объектов недвижимости на 1 кв.м торговой площади. Объем предложения спрогнозирован, исходя из заявленных к вводу проектов (при предположении, что все они будут введены).....

.....

Основной спрос на качественную торговую недвижимость формируют, прежде всего, розничные торговые сети. Сетевые ритейлеры классифицируются по:

- направлению деятельности или категории товаров
- стратегии развития (глобальные, федеральные, региональные)
- формату сети

Торговые сети, формирующие спрос на большие площади и выступающие в качестве «якорей» в торговых центрах, обычно являются операторами.....

.....

Анализ спроса со стороны конечных потребителей

Для определения потребности жителей Сочи в новом торгово-развлекательном центре на анализируемом участке, Консультантами было проведено количественное исследование методом личного (face-to-face) интервью посетителей основных торговых зон Сочи. Данный метод проведения полевого маркетингового исследования выбран по следующим причинам:

- Проведение маркетингового исследования методом прямого анкетирования позволяет максимально точно выяснить предпочтения респондентов
- Опрос проводится в основных торговых зонах города, что позволяет респондентам четко формулировать информацию по потребительскому поведению
- Опыт проведения подобных исследований по проектам ТРЦ в различных городах России показывает высокую репрезентативность получаемых данных

Таблица 4.1 Рекомендуемый диапазон ставок аренды для торговых операторов ТЦ

Источник: GVA Sawyer

Тип	Формат	Средняя площадь, кв.м	Рекомендуемый средний диапазон ставок аренды, руб. за кв.м в год (triple net) (на период 2010 год)