

2018

Маркетинговое исследование рынка торгового оборудования



22.10.2018

Оглавление

1. Описание товара	3
1.1. Основные характеристики товара	3
2. Маркетинг и сбыт товара	5
2.1. Факторный анализ состояния рынков сбыта	5
2.2. Основные конкуренты	8
2.3. Обоснование рыночной ниши товара	13
2.3.1. Обзор рынка торговой недвижимости за 2017 год	14
2.3.2. Обзор рынка торговой недвижимости за 1 полугодие 2018	16
2.3.3. Обзор рынка торговой недвижимости за 3-ий кв. 2018 г.	17
2.3.4. Прогноз на конец 2018, 2019 годы	18

На сайте размещены примеры отчётов некоторых наших маркетинговых исследований, а также процедура заказа исследования рынка. Вы можете также ознакомиться с возможностями оптимизации расходов на эту услугу в разделе "Стоимость проведения маркетингового исследования".

 Если вы заполните эту форму, мы подготовим для вас коммерческое предложение, учитывающее специфику вашей задачи.

1. Описание товара

1.1. Основные характеристики товара

Правильный выбор торгового оборудования является первым и главным шагом в создании качественного имиджа современного магазина одежды, где каждый квадратный метр торговой площади эффективно стимулирует постоянно совершать покупки¹. Удобный доступ к товару, износостойкость и прочность, грамотное зонирование, мобильность островных модулей, разнообразие и эргономика, оригинальный и рациональный дизайн — важнейшие критерии в организации торгового пространства. Безусловно, наилучшим вариантом для реализации идеального магазина одежда является изготовление торговой мебели на заказ по индивидуальному дизайн-проекту.

В любом современном магазине одежды львиная доля торгового оборудования приходится на стены — вертикальная демонстрация ассортимента товара удобна и практична с точки зрения мерчендайзинга. На сегодняшний день множество производителей предлагает использовать для этих целей стандартные экономичные решения — кронштейны и вешала на перфорированных стойках. Однако, условия высокой конкуренции в торговых центрах диктуют свои правила — безликие одинаковые элементы перестают привлекать внимание покупателей.

Оригинальный дизайн пристенного торгового оборудования способен стимулировать к глобальному шопингу. Для демонстрации одежды в стиле casual рекомендуется использовать нестандартное торговое оборудование на заказ из brutального металла. Труба квадратного сечения из нержавеющей стали или окрашенная в матовый черный не только позволяет реализовать стильное удобное пристенное оборудование с возможностью боковой и фронтальной развески, но и организовать нескупную красивую геометрию интерьера магазина.

Для премиальных бутиков больше подойдут металлические конструкции под золото или бронзу — создание реалистичной имитации благородных металлов мы осуществляем с помощью сложной вакуумной технологии нитрид титанового напыления. Уместным дополнением к металлическим вешалам и ярким элементом дизайна могут стать стеновые панели на заказ. На сегодняшний день эти элементы интерьера можно выполнить практически в любом материале: экономичном ЛДСП с текстурой дерева, натуральном шпоне, глянцевом МДФ, с нанесением печати или фрезеровки.

В процессе проектирования магазина одежды особое внимание стоит уделять островному оборудованию, потому что количество его разновидностей и вариаций растет вместе с полетом дизайнерской мысли. ...

С точки зрения дизайна одним из самых интересных элементов торговой мебели является промостол.

Вместе с разнообразием идей растет и разнообразие материалов. Для серьезного делового стиля подойдет минималистичный союз стекла и металла, для casual — МДФ или ЛДСП, для молодежного уличного стиля можно

¹ ****://***.*****.***.**

пофантазировать на тему нестандартных сочетаний паллет, деревянных ящиков и других сподручных материалов.

Ключевой составляющей любого магазина одежды является кассовая зона.

.....

С другой стороны, нужно помнить, что кассовая стойка — это важнейший элемент дизайна, презентующий атмосферу магазина и концепт бренда. Имиджевые постеры и лайтбоксы, светящийся или объемный логотип, фирменные элементы дизайна здесь будут уместны. Нельзя забывать, что правильно организованная кассовая зона стимулирует к импульсной покупке. Эту торговую мебель будет вполне уместно дополнить закрытыми витринами, стеклянными колпаками и стеллажами для мелочей и аксессуаров.

Вешала — это основной элемент торгового оснащения магазинов одежды².

.....

Манекены — это самый выигрышный элемент оборудования.

Пристенное оборудование — это именно то место в магазине, которое привлекает, пожалуй, не меньше покупателей, чем манекены.

Столы для выкладки напрасно игнорируются рядом владельцев небольших торговых точек.

Вспомогательное торговое оборудование, такое как примерочные кабины, обычно изготавливаются под заказ на специализированных предприятиях.

Торговая вспомогательная мебель (пуфы, табуреты, шкафы, комоды, подиумы и другое) обычно изготавливаются из ЛДСП и МДФ на заказ.

При производстве торгового оборудования производители руководствуются и действуют в направлении улучшения таких его функциональных характеристик как³:

-

Оборудование изготавливается с учетом веяний времени и потребностей современных маркетов. Применяются материалы, имеющие невысокую себестоимость, в производстве используются ламинированные древесноволокнистые плиты и металлопрофиль. Замковые трубчатые системы позволяют изготавливать торговое оборудование многовариантным. Части оборудования делают из стекла и зеркал, что делает товары привлекательней для покупательского взгляда и позволяет представлять продукцию в более выгодном свете.

Немалые резервы лежат в применении унифицированных каркасных и композитных моделей: их механизмы и отдельные части — взаимозаменяемы. Это способствует кооперации среди производителей, что приносит ощутимую экономическую выгоду.

² ****.//***.*****_**.**

³ ****.//***.*****_****.**/*****/***.***?*=8297

2. Маркетинг и сбыт товара

2.1. Факторный анализ состояния рынков сбыта

Очевидно, что удачное обустройство рабочего помещения или торгового зала позволяет любой организации функционировать с максимальной эффективностью. Каждый владелец торгового предприятия, магазина, а тем более руководитель розничной сети заинтересован в оснащении объектов качественным и долговечным торговым оборудованием.

Любая торговая компания напрямую связывает свою деятельность с используемым оборудованием: это и важнейшая составляющая интерьера торгового зала, и эффективный инструмент продаж. По словам специалистов, в настоящее время на рынке торгового оборудования возник спрос на модели, наиболее удобные для расположения рекламы. Получившее широкое распространение в Европе и США, брендированное торговое оборудование эффективно используется и в России: высокий уровень конкуренции в сетевой рознице толкает продавцов на поиск новых средств, помогающих посетителям торговых точек совершать больше покупок.

В то же время, российский рынок оборудования для магазинов в значительной мере зависит от состояния экономики страны в целом и изменений в законодательстве. По мнению аналитиков, рынок за последние несколько лет претерпел существенные изменения.

Исчезла одна из проблем, с которой прежде могли столкнуться продавцы – в настоящее время у торговых компаний есть выбор при покупке подходящего оборудования. Российские и иностранные поставщики предлагают большой ассортимент торгового оборудования, и таких компаний сегодня на рынке более пятисот.

Второй вопрос, который стоял в конце **00-х – это засилье иностранных производителей, которые занимали */** российского рынка. Ситуация изменилась и сейчас до **% торгового оборудования производится в нашей стране. Новые производители – это и вновь построенные предприятия, и восстановленные на прежней базе производства.

В России хорошо налажено производство оборудования для торговых комплексов, комплексное оснащение магазинов, бутиков, а также других специализированных торговых точек. Ряд производителей специализируется на оригинальных заказах, разрабатываемых с учетом пожеланий и по проектам клиентов. Наметилась тенденция по увеличению доли торгового оборудования премиум-класса, которая составляет */* общего объема, реализуемого на российском рынке оборудования.

Основные факторы, действующие на рынке торгового оборудования можно оценить на основе результатов исследования, проведенного маркетинговой компанией⁴.

⁴ ****://***.*****.*/2001/****01/*****.***

Кто потребитель?

Наиболее активными потребителями торгового оборудования являются

На потребительском рынке существует также такой сегмент, как

Насколько клиенты удовлетворены?

Чаще всего розничные торговцы эксплуатируют и, соответственно, испытывают потребность в торговой мебели из

Основными причинами неудовлетворенности качеством торговой мебели называют такие:

Что должны учитывать фирмы, предлагая торговое оборудование? В основном клиенты хотят приобрестии.

Каковы критерии выбора оборудования?

При выборе торгового оборудования клиенты в первую очередь обращают внимание на

Кто же они - основные поставщики торгового оборудования?

Почти половина клиентов закупает торговое оборудование у

Где же клиенты ищут информацию о возможных поставщиках?

Для большинства источником информации при выборе торгового оборудования являются

Динамику роста рынка торгового оборудования «подогревают» несколько факторов⁵. Во-первых,

Другим фактором является то, что производители все больше внимания уделяют

Безусловно, рынок торгового оборудования в большой степени зависит от ситуации в экономике, поскольку сырьевая база для многих материалов импортируется. Однако падение курса рубля не замедляет темпы роста сектора, а скорее переформатирует рынок.

Одним из трендов развития торгового оборудования является то, что рынок

Из того, что появилось в последнее время, это спрос на

Последствия кризиса, как фактора влияния на рынок

Рынок торгового оборудования неотделим от рынка ритейла и полностью зависит от его колебаний, поэтому ключевые факторы рынка ритейла повлияли на рынок оборудования России. Во время кризиса был уменьшен объем потребления, и многие проекты по открытию магазинов были заморожены⁶.

⁵ *****://*****.**/*****_****/9166-***_*****_*****_*****_**_*****.****

⁶ *****://***.*****.**/*****/226.****

В условиях кризиса спрос на импортное оборудование у владельцев магазинов упал, импортный товар стал многим недоступен по цене. Упавший с рынка импорт компенсировал общее падение спроса и помог отечественному производителю оборудования выжить.

Основная проблема времен кризиса, которая повлияла на рынок торгового оборудования — это

До кризиса структура рынка торгового оборудования была размыта, не так четко структурирована, как в западных странах.

Некоторым производителям пришлось

Это привело к тому, что в таких крупных сетях, как ОК, сети холдинга Х*, стали побеждать не те поставщики, которые снабжали оборудованием в течение многих лет, а те, которые сразу предлагали низкую цену и соглашались на все условия по долговременным отсрочкам и кредитованию заказчиков.

Начались срывы поставок, снижение качества, проблемы с внутренней логистикой. Это привело к тому, что в конечном итоге крупные компании стали возвращаться к своим прежним поставщикам торгового оборудования, рынок стал входить в более-менее стабильное состояние.

До кризиса в Россию привозили оборудование различных производителей — и Италия, и Польша, и Турция, у каждой есть свой стандарт, свои особенные технические параметры, классификация оборудования. Сейчас на рынок стали приходить

Еще один посткризисный тренд —

Конечно, будут развиваться компании, которые оказывают

Можно сказать, что рынок торгового оборудования в период кризиса при общем снижении продаж претерпел и некоторую перестройку. В частности,

В дальнейшем развитие рынка во многом будет зависеть от складывающейся общеэкономической ситуации в стране и тех правил игры, которые предложат государство, финансовые организации для торговых сетей и для производителей торгового оборудования. Уже очевидно, что нас ждет будущее европейских цивилизованных рынков, специализация и оптимизация издержек.

Региональный фактор

В крупных городах рынок торгового оборудования стабилизировался, темпы его роста замедляются⁷. Как отмечают эксперты, всплески наблюдаются только с открытием крупных торговых центров. За крупных клиентов идет борьба.

В регионах поставщики торгового оборудования для непродовольственного сегмента ориентированы

По словам, отказ от стандарта — закономерный этап развития рынка: «Сейчас эксклюзив планомерно вытесняет стандарт из магазинов и бутиков, расположенных в центральной зоне крупных городов. Завтра — из окрестных районов. Послезавтра — из городов-спутников. Об этом говорит в частности и опыт

⁷ ****./****.*/****/2008/43/**** _***** _*****/

Италии — страны законодателя мод в области магазиностроения, где производители стандарта массово испытали кризис, связанный с резким падением спроса».

Эксперты прогнозируют: через * — * лет стандартная мебель покинет рынок. Выход для поставщиков

Выводы:

1.

2.2. Основные конкуренты

.....

Компания работает с **** года. Имеет большой опыт по изготовлению торгового оборудования на собственном производстве, включающем покрасочные камеры, раскроечные и кромкооблицовочные станки, позволяющие изготавливать мебель по индивидуальному заказу с любыми параметрами.

Компания использует передовые материалы и технологии: слоистые пластики (Abet Laminatti, Leri), декоративные пластики (SiBu), акрил, металл (нержавейка, алюминий, сталь, сварка, порошковая покраска, лазерная резка), стекло (покраска стекла), покраска гнуто-клееных конструкций (МДФ, фанера, массив, покраска глянец).

Компания выполняет весь цикл работ по оснащению торговой мебели: от *D визуализации до готового решения.

.....

Показатели компании «....»:

- на рынке с **** года
- ***** м* производственных помещений
- **** м* складских помещений
- *** новых объектов ежегодно
- *** сотрудников .

Компанию «.....» отличает

- актуальный дизайн, компетентность
- работа с проектами ведущих европейских архитектурных и дизайнерских компаний
- выполняется весь цикл рабочего проектирования
- производство полного цикла
- качественное сырье и комплектующие
- мастерство специалистов
- новейшие технологии
- производство персонализированного оборудования
- создание эксклюзивных изделий

- контроль качества (СМК сертифицирована по ГОСТ ISO *****_****)

Компания осуществляет монтаж и обеспечивает гарантию на всей территории России и СНГ, работает с крупными сетевыми компаниями, выполняет строительно-монтажные и отделочные работы.

История предприятия

**** г.

Развитие направлений изготовления корпусной нестандартной мебели и торгового оборудования на арендуемых площадях.

****_**** гг.

Подготовка к открытию собственного производства в п. Колодищи (Минский район).

****_**** гг. Открытие новых производственных участков и цехов:

- участок по ламинированию пластиком,
- участок по обработке и нанесению искусственного камня (SSV),
- цех по обработке стекла,
- участок по деревообработке натуральной древесины,
- швейный участок.

**** г.

- участок по нанесению эмалевых покрытий,
- штамповочный участок,
- участок нанесения плёнки ПВХ методом вакуумного прессования.

**** г.

• участок по обработке стекла и зеркал (кромка, сверление, пескоструйная обработка),

• в стадии внедрения технологии и установки оборудования участок обработки и нанесения покрытий из натурального шпона.

**** г. – **** г.

строительство и ввод в эксплуатацию нового производственного корпуса, в котором разместились заготовительный и деревообрабатывающий цеха, участок ламинирования, швейный участок и отделение лазерной резки металла.

**** г. – **** г.

построен новый корпус покрасочного производства, в котором разместились две современные покрасочные камеры, автоматизированная линия “SUPER FICHI” с **-ти метровым термотоннелем, и дополнительная камера сушки.

В рамках комплексного оснащения торгового оборудования магазинов и офисов компания предлагает своим заказчикам полный спектр услуг

- замер помещений
- дизайн-проекты магазинов, офисов и складских помещений
- демонтаж и монтаж торгового оборудования
- резка и обработка стекла, оргстекла и зеркал
- распил экономпанелей, ДСП и труб
- предоставление в краткосрочную аренду манекенов, стендеров и зеркал для выставок
- доставка в черте города и ближайшие пригороды собственным автотранспортом, а также в регионы через транспортные компании.

Среди клиентов такие известные организации, как "Институт Профсоюзов", "Мир Кожи и Меха", "ТОТО", "Боярыня Морозова", "Петербургский Стиль", "Незнакомка", а также предприниматели из торговых центров: "Путиловский", "Нарва", "Французский Бульвар", "Вояж", "Балтийский", "Крокус", "Купеческий Двор", "Мега", "Норд", "Платформа", "Шуваловский" и многие другие.

.....

Год рождения – ****, количество сотрудников – боле ** человек.

География поставки - вся территория России, Казахстан, Беларусь.

Ежегодное количество клиентов - более ****.

Производственные цеха занимают площадь более **** кв. м.:

- Цех производства металлоизделий:
 - Конструкторский отдел металлического торгового оборудования
 - Участок лазерного раскроя стального листа
 - Участок резки и перфорирования труб
 - Участок гибки проволоки и прутков в формате *D и *D
 - Участок гибки сетчатых изделий в формы
 - Участок резки проволоки на мерные прутки
 - Участок контактной сварки
 - Участок многоэлектродной сварки
 - Участок штамповки
 - * сварочных постов сварки полуавтоматом и аргоном
 - * линии полимерной порошковой покраски металлоизделий
 - Участок сборки и упаковки
- Мебельный цех:
 - Конструкторский отдел торговой мебели
 - Участок прямолинейного и криволинейного раскроя мебельных плит МДФ, ДСП, ХДФ
 - Участок резки, обработки кромки и сверления стекла
 - Участок изготовления перфорированных панелей

- Участок кромления мебельного щита
- Участок фрезерования и присадки
- Участок вакуумно-формовочный
- Участок алюминиевых профилей
- Участок нанесения рекламной продукции
- Участок сборки и упаковки

.....

Компания "....." производит торговое оборудование и мебель из массива для общественных интерьеров. Обладает хорошо оснащенной современной производственной базой, штатом квалифицированных сотрудников.

«.....» выполняет весь цикл организации торгового пространства для магазина одежды, начиная с полного дизайн-проекта и разработки технологических чертежей, заканчивая изготовлением торгового оборудования и монтажом. Профессиональный подход, собственное мебельное производство, возможность изготовить торговое оборудование из самых разнообразных материалов позволяет компании успешно работать с крупными сетевыми брендами: «Love Republic», «Vefree», «BTC» и т.д.

.....

Специалисты компании оказывают следующие услуги:

- Замер помещения.
 - Выезд замерщика и консультация дизайнера
 - Выезд на замер помещения и составление спецификации - *** руб.
 - Подготовка чертежей:
 - до **м² - **** руб.
 - от **м² - **** руб.
- Дизайн-проект.
 - Составление спецификации и плана по проекту - бесплатно.
 - *D визуализация магазина (разработка дизайн-проектов интерьера) - *** руб. за кв. м данная услуга включает в себя следующее:
 - составление дизайнерского решения для вашего магазина с *D визуализацией
 - план помещения с полной расстановкой мебели и торгового оборудования
 - составление спецификации по проекту, с указанием наименований, количества и стоимости оборудования
 - портфолио (печатная версия вашего проекта)
- Монтаж оборудования и гарантийное обслуживание.

Стоимость монтажа и установки оборудования рассчитывается индивидуально, исходя из сложности объекта.

.....

Компания «...» является одним из крупнейших производителей торгового оборудования в Санкт-Петербурге и ЛО. Начиная с ****-го года, компания изготавливает оборудование для магазина на заказ и производит его монтаж. За эти годы площадь производственных цехов «.....» расширилась несколько раз, а на данный момент составляет более **** кв. м., включая стекольную мастерскую и цех по изготовлению мебельных фасадов.

....

.....

Компания «....» является одной из нескольких крупных российских фирм, занимающихся производством и реализацией широкого спектра торгового оборудования.

Компания имеет большой опыт в разработке дизайна, проектировании и оснащении торговых площадей. В комплекс услуг входят:

- разработка дизайн -проекта магазина;
- функциональное и ассортиментное зонирование торгового пространства;
- план расстановки торгового, холодильного, технологического и другого оборудования;
- изготовление оборудования по индивидуальному проекту;
- доставка и монтажные работы;
- гарантийное, послегарантийное и сервисное обслуживание.

Производственные возможности компании позволяют изготовить торговое оборудование на основе алюминиевого профиля, стекла, гнутого стекла, оборудования из ЛДСП, конструкций на основе системы «Joker».

....

Компания «....» сегодня входит в десятку ведущих фирм по объему поставок торгового оборудования на рынок России.

Конкурентные преимущества:

- Устойчивость товара к температурам и механическим повреждениям
- Высокое качество продукта в целом (внешнее, внутреннее)
- Долгий срок эксплуатации
- Весь спектр услуг: Продажа, Доставка, Установка, Сборка
- Имеются сертификаты качества
- Партнерские программы: Дилерские скидки, Отсрочка платежа
- Собственное производство мебели и изделий из металла
- Команда дизайнеров — конструкторов
- Принимаем заказы на «МАГАЗИН ПОД КЛЮЧ»
- Собственный автомобильный парк для осуществления прямых поставок клиентам на адрес по Москве и Московской области.

.....

Услугами компании пользуются в таких городах, как Москва, Владивосток, Норильск, Ухта, Мончегорск, Архангельск, Череповец, Вологда, Кандалакша, Петрозаводск, Мирный (космодром Плесецк), Челябинск, Новгород, Псков, Бугульма, Мурманск, Магадан.

В процессе производства торгового оборудования компания использует корпусную технологию - это изготовление частей из отдельных плит, которые потом собираются в единое целое с помощью импортных комплектующих. Края плит обрабатываются по технологии кромкования пластиковой кромочной лентой, что придает изделию дополнительную прочность, являющуюся гарантией долговечности и надежности.

На производстве используются:

- Ламинированная ДСП (производства Эстонии, Германии, Финляндии, России) - ** основных оттенков.
- Полированное стекло (производства России)
- Тонированное стекло (производства Англии)
- Комплектующие производства Италии, Дании, Германии, Франции, России.
- Алюминиевый профиль (Россия)
- Пластики (Германия, Польша)

.....

Отдельная задача фирмы - это изготовление торгового оборудования в разборе для отправки в другие города и регионы. Выдается инструкция по сборке, написанная очень доступным языком, чтобы мог собрать любой, даже не подготовленный человек.

География заказчиков распространяется от Новгорода, Мурманска до Чукотки.

Отличие фирмы от других – всё делают сами от дизайн-проекта до монтажа без посредников, с полной гарантией для заказчика любого масштаба, от маленького отдела до сети магазинов.

2.3. Обоснование рыночной ниши товара

Рынок торгового оборудования напрямую зависит от рынка розничной торговли, так как для новых торговых площадей требуется новое торговое оборудование. Другая составляющая – это обновление торгового оборудования действующих торговых предприятий, условием которого является стабильное финансовое положение этих предприятий. Поэтому для оценки рыночной ниши торгового оборудования нужно рассмотреть ситуацию в рознице.

2.3.1. Обзор рынка торговой недвижимости за **** год⁸

В **** г. экономика России стабилизировалась после двухлетнего падения и перешла в фазу роста. Начавшийся с IV квартала **** г. рост ВВП был продолжен и в **** г. По оценкам Росстата, ВВП вырос на *,*% (г/г) по итогам **** г. Положительным трендом **** г. стало также укрепление национальной валюты и снижение ее волатильности, чему способствовал мировой рост стоимости нефти.

В **** г. на рынке недвижимости России наблюдалось оживление инвестиционного спроса по сравнению с предыдущим годом. Общий объем инвестиций в российскую коммерческую недвижимость составил \$*,** млрд, что превышает итоги **** г. на **%. Стабилизация макроэкономических индикаторов привела к возобновлению интереса со стороны инвесторов, продемонстрировавших готовность приобретать активы. В **** г. на рынке наблюдался двукратный рост объема классических инвестиционных сделок (\$*,* млрд в **** г. против \$*,* млрд в **** г.).

В **** г. Московский регион, как и прежде, сформировал преобладающую часть инвестиций — \$*,** млрд. Доля Санкт-Петербурга в региональном распределении сделок достигла максимума с **** г. — **%. Совокупный объем вложений в недвижимость Санкт-Петербурга вырос в *,* раза — с \$*** млн в **** г. до \$*** млн в **** г.

Существенная часть инвестиций была направлена в торговую недвижимость – см. Рисунок 1.

Рост рынка торговой недвижимости по РФ без Москвы и Санкт-Петербурга – см. Рисунок 2.

.....

Рисунок 1. Распределение инвестиций по типу недвижимости, \$ млрд

.....

Рисунок 2. Основные индикаторы рынка торговой недвижимости

**% рынка качественной торговой недвижимости России приходится на Москву и Санкт-Петербург.

В регионах обеспеченность торговыми площадями очень разная – см. Рисунок 3. Инвестиции в торговую недвижимость будут направляться в города с минимальной обеспеченностью, где конкуренция за арендаторов минимальная. Следовательно, и торговое оборудование будет пользоваться спросом именно в этих городах, что нужно учитывать в региональной политике продвижения.

⁸ ****.//***.*****.***/-
/*****/*****/*****/*****/*****/*****/2018/***** _***** _***** _** _***.***?*_**_**

.....

Рисунок 3. Обеспеченность городов миллионников России качественными торговыми площадями, м² на * * человек**

Учитывая целевой рынок планируемого предприятия, нужно отметить, что сети магазинов одежды в **** году открывали магазины не только на территории РФ. Например,

В **** г. на российский рынок вышло ** новых международных бренда, которые открыли свои первые монобрендовые магазины. Как и в прошлом году, ритейлеры из сегмента fashion были наиболее активными - **%.

Основной тенденцией в развитии рынка торговой недвижимости Санкт-Петербурга в **** г. было

Тренд на обновление формата и реконцепцию торговых площадей в последнее время реализуют и сами ритейлеры. В прошедшем году на активную смену позиционирования решались в наибольшей степени представители сегмента fashion – см.

Таблица 1 и Рисунок 4.

.....

Таблица 1. Примеры брендов, активно обновляющих форматы в торговых центрах в **_******

.....

Рисунок 4. Самые активные сегменты в торговых центрах в **, %**

По итогам **** г. можно констатировать, что рынок стрит-ритейла Москвы

Нужно отметить, что в сегменте стрит-ритейла магазины одежды, интересующие инициатора проекта, занимают только **% - см. Рисунок 5.

.....

Рисунок 5. Структура арендованных площадей по профилю ритейлера, %⁹

⁹ ****.//**. *****/-
/*****/*****/*****/*****/*****/2018/*2_2018_****_****_****_****.***?*_**_**

2.3.2. Обзор рынка торговой недвижимости за * полугодие ****

Суммарный объем инвестиций в российскую коммерческую недвижимость в I полугодии **** г. составил \$*** млн, в **-месячном выражении отмечается положительный тренд¹⁰.

Таблица 2. Основные индикаторы рынка торговой недвижимости в * полугодии ** г.¹¹**

.....

На региональном рынке качественной торговой недвижимости в последние годы наблюдается тренд

Помимо объектов, заявленных на **** г., в России сегодня на разной стадии реализации находятся около *,* млн м* качественных торговых площадей, и еще примерно *,* млн м* – совокупная площадь замороженных строек. Многие девелоперы не торопятся возобновлять строительство и вводить объекты, ввиду увеличенных сроков окупаемости проектов, вызванных непростой экономической обстановкой, снижением доходов населения и товарооборотов ритейлеров.

Предложение торговой недвижимости России географически распределено весьма неравномерно. ...

.....

Рисунок 6. Карта территориального распределения качественных торговых площадей России, % от общей GLA (обеспеченность, м²/* * жителей)**

По данным Росстата, оборот розничной торговли в январе – мае **** г. в сопоставимых ценах вырос на *,*% по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года. Первая половина **** г. также отметилась первым за последние три года ростом реальных располагаемых денежных доходов населения.

.....

Рисунок 7. Динамика физического объема розничной торговли и реальных располагаемых денежных доходов

Международная консалтинговая компания подвела предварительные итоги первого полугодия на рынке торговой недвижимости столицы¹². По предварительным данным в I полугодии **** года в Москве было введено в

10 ****://***.*****.***/-
/****/****/****/****/****/****/2018/***** *_2_2018_***.***?***=**_**

11 ****://***.*****.***/-
/****/****/****/****/****/****/2018/*_1_2018_***** _***** _***.***?***=**_**

12 ****://****.****/2393/2466/****/12211

эксплуатацию три торговых центра общей арендуемой площадью ** *** кв. м. По сравнению с аналогичным периодом прошлого года объем нового предложения на рынке торговой недвижимости столицы вырос в *,* раза.

Наблюдается тенденция

В целом столичный рынок торговой недвижимости продолжал в * квартале **** года идти по пути ...¹³. В Московском регионе действует порядка *** профессиональных ТРЦ разного формата, при этом **% из них старше пяти лет и потенциально нуждаются в реновации, однако не более *% из них находятся в активной стадии обновления. Закупки торгового оборудования в эти ТРЦ состоятся в ближайшее время.

Нужно отметить, что в *-м полугодии **** года международные бренды ...

.....

Рисунок 8. Структура международных брендов, вышедших на российский рынок в П* **, по ценовому сегменту и профилю**

С **** года структура новых брендов по профилю остается неизменной – около **% марок позиционируются в сегменте «одежда/обувь/аксессуары». Однако меняется ценовая категория новых операторов: доля ритейлеров, работающих в среднем ценовом сегменте, по итогам I полугодия **** года составила более **%. Годом ранее доминировали бренды ценовой категории «выше среднего» – **%¹⁴.

2.3.3. Обзор рынка торговой недвижимости за *-ий кв. ** г.**

Экономика РФ вышла из периода падения и находится в периоде умеренного роста¹⁵ - см. Рисунок 9.

.....

Рисунок 9. Реальный рост ВВП, % г/г

Наибольший объем инвестиций в первые девять месяцев **** г. был сосредоточен в торговом сегменте – \$*** млн, что составило **% совокупного объема.

В первые три квартала **** г. наблюдалось

13 ****.//***.*****.***/-

/*****/*****/*****/*****/*****/2018/*1_2018_***** _***** _***.***?*_**_**

14 ****.//*****.***./2393/2466/****/12211

15****.//***.*****.***/-

/*****/*****/*****/*****/*****/2018/*3_2018_***** _***** _***** _***.***?*_**_**

.....

Рисунок 10. Распределение инвестиций по регионам, %

Таблица 3. Основные индикаторы рынка торговой недвижимости в * кв. ****

.....

В Москве сохраняется стабильная динамика¹⁶.

В сравнении с предыдущим годом преобладающая доля новых брендов принадлежала профилю «Одежда/ Обувь/Белье» (**% от общего числа новых брендов). В отношении ценового сегмента хотелось бы отметить, что по итогам III квартала **** года преобладающую долю занимают бренды ..

....

Рисунок 11. Структура брендов, вышедших на российский рынок за последние ** лет, по ценовому сегменту

В * кв. **** года в Москве в сегменте Street Retail динамики вакантности за период с начала кризиса, то за последние три года доля свободных площадей¹⁷

.....

Рисунок 12. Динамика среднего уровня вакантности центральных улиц Москвы, %

Это означает, что открываются возможности для

Как уже упоминалось выше, Санкт-Петербург является регионом, в котором торговая недвижимость¹⁸ (в *,* раза больше объема *_*Q **** г.).

2.3.4. Прогноз на конец ****, **** годы

В **** году обозначилось¹⁹ – см. Рисунок 13. К концу **** г. прогнозируется²⁰.

Это означает, что открываются возможности для

16 ****.://*****.*****.*** /***** /598/***** /** /*****_*****_*****_*****_****_*****-2018-* -5910.***

17 ****.://***.*****.*** /- /*****/*****/*****/*****/*****/*****/2018/***** _***** _***** _***** _***** *_3_2018_****.***?***=**_*

18 ****.://*****.*** /***** /***** /87*/87*6451*4755*5***011*25*05***08*.***

19 ****.://***.*****.*** /- /*****/*****/*****/*****/*****/2018/*3_2018_***** _***** _***** _****.***?***=**_*

20 ****.://***.***.*** /**_** /*****_****_***** /***---2018--

Компания проанализировала рынок аутлетов в России²⁴. Согласно результатам исследования, рынок торговой недвижимости России до сих пор не насыщен аутлетами. В настоящее время на **** жителей в России приходится всего *,* кв. м аутлетов, в то время как в Польше этот показатель составляет *,* кв. м, в Италии – **, * кв. м, а в Соединенных Штатах – **, * кв. м.

В тоже время средний объем продаж с одного квадратного метра площадей в российских аутлетах сопоставим с европейскими странами и превышает этот показатель в США: в России он составляет **** евро на * кв. м, в Польше – **** евро, в США – **** евро, во Франции – **** евро, в Италии – **** евро – см. Таблица 4.

Таблица 4. Глобальный обзор рынка аутлетов

.....

Согласно прогнозам, приведенным в исследовании CBRE, до конца **** года ожидается самое большое число открытий

.....

Рисунок 15. Обеспеченность аутлетами в России – прогноз на конец **** года (кв. м на **** жителей)

При условии ввода всех запланированных объектов, обеспеченность аутлетами в России составит *,* кв. м на **** жителей – см. Рисунок 15.

Международная консалтинговая компания ... проанализировала возрастную структуру рынка профессиональных торговых центров²⁵. Согласно результатам исследования, в Москве сосредоточена всех качественных торговых площадей России, при этом .торговой недвижимости столицы испытывает очевидную потребность в качественных переменах. По консервативным подсчетам, в последние * лет более ** торговых центров Москвы общей площадью *,* млн кв. м пережили либо находятся в стадии реновации. Тем не менее рынок торговой недвижимости Москвы существенно моложе, например, рынка Санкт-Петербурга, где на долю торговых центров, старше ** лет приходится **% от всего предложения (GLA).

Как прокомментировала ..., партнер . в России: «По оценкам компании, число «перезагрузок» торговых центров, будь то реновация, смена позиционирования или кардинальные перемены (реконцепция и реконструкция) либо новое строительство (редевелопмент), на столичном рынке в ближайшие годы будет

Примечательно, что стоимостные характеристики на высококачественные активы в настоящий момент очень привлекательны для входа новых инвесторов на российский рынок и пополнения портфелей уже присутствующих игроков.

²⁴ ****.://****.****/2427/2429/****/12779

²⁵ ****.://****.****/2427/2429/****/11389

Выводы:

1.