

МАРКЕТИНГОВОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ рынка нежилых помещений в

г. Ростов-на-Дону

Содержание

1.	АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПОМЕЩЕНИЙ	8
1.1.	АНАЛИЗ ПОМЕЩЕНИЙ	8
1.2.	ВЫВОДЫ	31
2.	АНАЛИЗ РЫНКА АРЕНДЫ НЕЖИЛЫХ ПОМЕЩЕНИЙ	33
2.1.	ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА СОСТОЯНИЕ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В РАЗЛИЧНЫХ СЕГМЕНТАХ	33
2.1.1.	СЕГМЕНТИРОВАНИЕ НЕЖИЛЫХ ПОМЕЩЕНИЙ ПО ВИДУ ПРЕДПОЛАГАЕМОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ	33
2.1.2.	КЛАССИФИКАЦИЯ НЕЖИЛЫХ ПОМЕЩЕНИЙ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ВИДА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ	33
2.1.3.	МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЫНОК НЕЖИЛЫХ ПОМЕЩЕНИЙ В РАССМАТРИВАЕМЫХ СЕГМЕНТАХ	48
2.1.4.	АНАЛИЗ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ РОСТОВСКОГО РЕГИОНА	49
2.2.	АНАЛИЗ РЫНКА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ В РАЗЛИЧНЫХ СЕГМЕНТАХ	55
2.2.1.	ДИНАМИКА СРЕДНИХ АРЕНДНЫХ СТАВОК	55
2.2.2.	СТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ	57
2.2.3.	СТРУКТУРА ТОРГОВЫХ ПОМЕЩЕНИЙ ПО ТИПУ ТОРГОВЫХ ОБЪЕКТОВ (УНИВЕРСАЛЬНЫЙ МАГАЗИН, СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЙ ПРОДУКТОВЫЙ МАГАЗИН, СПЕЦИАЛЬНЫЙ НЕ ПРОДУКТОВЫЙ МАГАЗИН) ПО ПЛОЩАДИ	59
2.2.4.	СТРУКТУРА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ (ПО КОЛИЧЕСТВУ)	60
2.2.5.	СТРУКТУРА ПРЕДЛОЖЕНИЯ НЕЖИЛЫХ ПОМЕЩЕНИЙ ПО РИЭЛТЕРСКИМ РАЙОНАМ Г. РОСТОВА-НА-ДОНУ	62
2.2.6.	ДОЛЯ ВАКАНТНЫХ ПЛОЩАДЕЙ	64
2.2.7.	ЦЕНООБРАЗУЮЩИЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РАЗМЕР АРЕНДНОЙ ПЛАТЫ НЕЖИЛЫХ ПОМЕЩЕНИЙ	65

2.2.8	ТИПОВЫЕ КОММЕРЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ АРЕНДЫ НЕЖИЛЫХ ПОМЕЩЕНИЙ	
		67
2.3	АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО СПРОСА НА НЕЖИЛЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ РОСТОВ- АРЕНА	68
2.3.1	ТРЕНДЫ, ФОРМИРУЮЩИЕ ЭКОНОМИКУ Г. РОСТОВ-НА-ДОНУ И ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ СПРОСА НА НЕЖИЛЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ.	68
2.3.2	ПОТЕНЦИАЛЬНЫЙ ПРОФИЛЬ АРЕНДАТОРОВ И ТРЕБОВАНИЯ К ЗАНИМАЕМЫМ ИМИ ПОМЕЩЕНИЯМ. АНАЛИЗ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ.	84
2.4	РАЗМЕР АРЕНДНЫХ СТАВОК ЗА ПОТЕНЦИАЛЬНО – СДАВАЕМЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ	109
2.5	КОНЦЕПЦИЯ И ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ОБЪЕКТА КАК ЦЕНТРА ПРИТЯЖЕНИЯ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ	115
3.	РАСЧЁТ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ ДОХОДОВ.	116
4.	ВЫВОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ	121
5.	ОГРАНИЧЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ	123
	ПРИЛОЖЕНИЕ 1.	125
	ПРИЛОЖЕНИЕ 2.	126