Исследование возможности и вариантов Использования нежилого помещения

1. Характеристика помещения

Тип объекта:	Помещение
Ближайшая станция метро:	
Расстояние до метро, км:	
Назначение:	
Район:	
Площадь объекта, кв.м:	

2. Правовые особенности

Существуют ограничения и запреты на размещение в жилых домах определенных объектов. С 1 июля 2015 года вступили в силу изменения, утвержденные Постановлением Правительства РФ от 26 декабря 2014 г. № 1521 “Об утверждении перечня национальных стандартов и сводов правил (частей таких стандартов и сводов правил), в результате применения которых на обязательной основе обеспечивается соблюдение требований Федерального закона "Технический регламент о безопасности зданий и сооружений"

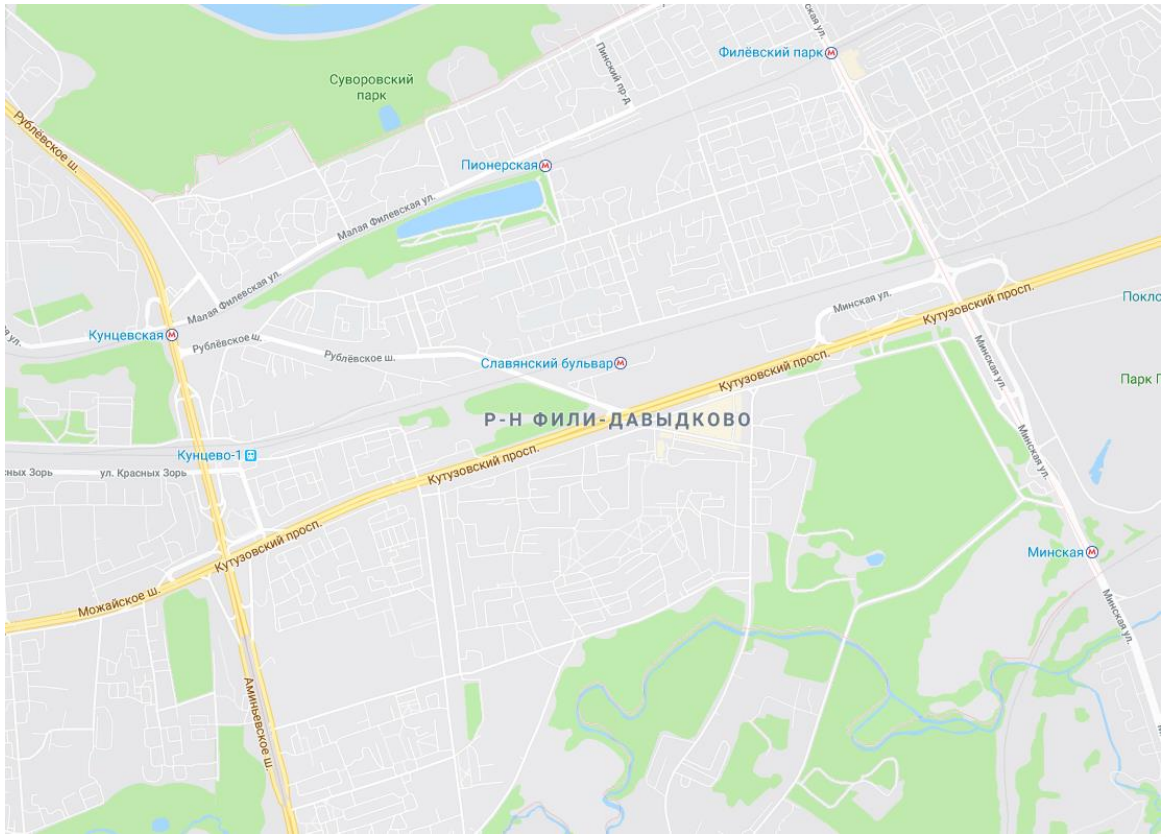
Нельзя размещать в жилых многоквартирных зданиях:

- специализированные магазины москательно-химических и других товаров, эксплуатация которых может вести к загрязнению территории и воздуха жилой застройки.
- магазины с наличием в них взрывопожароопасных веществ и материалов; магазины по продаже синтетических ковровых изделий, автозапчастей, шин и автомобильных масел; специализированные рыбные магазины; склады любого назначения.
- заведения, работающие после 23 ч.
- бани и сауны, предприятия питания и досуга с числом мест более 50 и общей площадью более 250 квадратов,
- прачечные и химчистки, общественные туалеты.
- учреждения и магазины ритуальных услуг.
- зуботехнические и клинико-диагностические лаборатории, дерматовенерологические, психиатрические, инфекционные и фтизиатрические кабинеты врачебного приема, ветеринарные клиники и кабинеты, помещения для пребывания детей.

3. Характеристика района и целевая аудитория

Район Фили-Давыдково находится в центральной части Западного административного округа города Москвы. Граничит: с севера –с районами Филевский парк, Дорогомилово, Поклонная гора, с запада –с районом Филевский парк,с юга –с районами Кунцево, Можайский,с востока –с районами Раменки и Очаково-Матвеевское. Район занимает территорию в 8, 5кв. км. В районе расположены 4 станции метро и парковые зоны долины реки Сетунь. Также по соседству с районом расположены парк Победы и Филевский парк. Главное преимущество Фили-Давыдково — его удачное расположение: район достаточно удален от центра, при этом находится не на периферии и хорошо связан с другими территориями. Кроме того, здесь отличная транспортная инфраструктура, как для автомобилистов, так и для пользователей общественного транспорта.
Такое расположение дает возможность развивать не только локальный, но и туристический бизнес.

Целевая аудитория возможного бизнеса: жители данного и близлежащих домов, наемные работники по пути домой, молодые мамы, студенты, школьники пенсионеры, туристы и командировочные. Доход- средний.



3.1. Потенциал локального бизнеса

В районе Фили-Давыдково 372 жилых дома, в которых проживает 113,7 тысяч человек, из них 18,3 тысяч детей, 74,4 тысяч трудоспособного населения и 21,0 тысяча пенсионеров.

Уровень жизни населения в данном районе аналогичен среднемосковским показателям. Так, в 2018г. среднедушевые денежные доходы населения (в месяц) составили 62532 руб., в том числе заработная плата работающих в экономике 73812 руб., а средняя пенсия 14409 руб.

Целевая аудитория возможного бизнеса: жители данного и близлежащих домов, наемные работники по пути домой, молодые мамы, студенты, школьники пенсионеры, туристы и командировочные. Доход- средний.

Распределение населения г. Москвы по уровню среднедушевых денежных доходов

	2018

Структура потребительских расходов домашних хозяйств г. Москвы

	2018

Потенциал локального бизнеса

Для оценки доходности возможного использования помещения в целях локального бизнеса анализируется район в радиусе км. от местонахождения помещения.

Площадь анализируемого участка кв. км. или % от площади района Фили- Давыдково.

Численность жителей указанного оценивается в тыс. чел. Среднедушевые денежные доходы населения (в месяц) составили руб.

Оценка годовой выручки предприятий целевого района

Структура расходов, %	Численность населения, тыс. чел.	Среднедушевой доход, тыс. руб. в мес.	Оценка годовой выручки предприятий района по сферам деятельности, тыс. руб.
Потребительские расходы - всего			
в том числе:			
расходы на покупку продуктов для домашнего питания			
расходы на питание вне дома			
расходы на покупку алкогольных напитков			
расходы на покупку непродовольственных товаров			
расходы на оплату услуг			

3.2. Потенциал для туристического бизнеса

В 2018 году туристическая отрасль Москвы характеризовалась следующими показателями:

- 23,5 млн туристов побывали в Москве, оставаясь в городе хотя бы на одну ночь;
- 56 млн экскурсантов приезжали в город без ночёвки;
- 65 млн человек побывали на площадках фестивалей «Московские сезоны».

По сравнению с 2010 годом поток туристов вырос практически в 2 раза – с 12,8 до 23,5 млн человек. Рост числа туристов в 2018 году был обусловлен проведением Чемпионатом мира по футболу.
В 2019 и последующих годах ожидается продолжение роста туристического траффика, связанного с улучшение инфраструктуры и положительными отзывами туристов, посетивших Москву.

Потенциал для туристического бизнеса

Структура туристического потока в Москве в 2018г.
граждане России – 18 млн человек.
Иностранцы – 5,5 млн человек, в том числе 2,1 млн жителей стран СНГ и 3,4 млн граждан дальнего зарубежья.

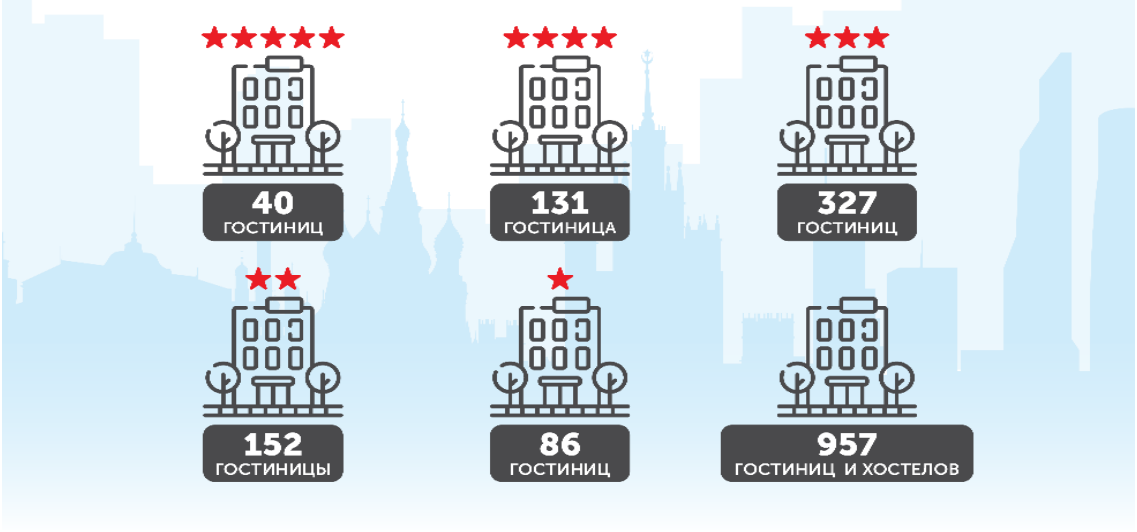
Из дальнего зарубежья чаще всего в Москву едут граждане Китая, Германии, Франции, Израиля и США.

ТОП-5 ЗАРУБЕЖНЫХ СТРАН ПО КОЛИЧЕСТВУ ИНОСТРАНЦЕВ, ПОСЕТИВШИХ МОСКВУ В 2018 ГОДУ

Гостиничный фонд

С 2010 по 2018г. в Москве были построены 53 новые гостиницы на 9647 номеров. Еще десятки гостиниц и хостелов открылись в результате реконструкции существующих зданий. Москва располагает 1693 сертифицированными гостиницами на 82 тыс. номеров на 229 тыс. мест. В среднем московские гостиницы заполнены на 77%. А в дни Чемпионата мира по футболу 2018 г. загрузка столичных отелей составила– более 90%. Такие же показатели повторились в новогодние дни января 2019 года.

ГОСТИНИЦЫ И ХОСТЕЛЫ МОСКВЫ



Потенциал для туристического бизнеса

Согласно индексу стоимости проживания в гостинице «3 звезды» (Europe 3-star Traveller Index-2018), московские гостиницы занимают 21 место среди 56 городов Европы (более высокое место означает меньшую стоимость проживания).
Именно благодаря ставке на демократичность и доступность число постояльцев в гостиницах Москвы за последние годы выросло более чем в 3 раза – с 4,2 млн до 14 млн человек.
Российские туристы приезжают в Москву, чтобы встретиться с родственниками и друзьями (31%), посетить достопримечательности, сходить в театр, на стадион, на концерт (25%), по делам (14%), на учебу (8%). Многие приезжали на матчи ЧМ (7%).
Особая цель поездки – событийный туризм. В 2018г. более 2 млн человек (12%) специально приехали в Москву, чтобы побывать на «Путешествии в Рождество» и других праздниках, фестивалях, культурных событиях.
Фестивали стали новой достопримечательностью Москвы, которая активно притягивает людей из всех регионов России, а в последнее время – и из-за рубежа.
С 1 октября 2019г. происходят существенные изменения в законодательном регулировании деятельности хостелов.
Использование жилого помещения в многоквартирном доме для оказания гостиничных услуг будет исключено. (Федеральный закон от 15 апреля 2019 г. № 59-ФЗ "О внесении изменений в статью 17 Жилищного кодекса Российской Федерации). Так же, закон запрещает располагать хостелы в нежилых помещениях выше первого этажа.

В целевом районе работает 3 хостела. Все они расположены в жилых не на первых этажах.

В связи с изменением законодательства в их деятельности так же должны произойти изменения вплоть до закрытия.

3.3. Потенциал для интернет- бизнеса

В 2018 году объем Интернет-торговли в РФ достиг млрд. руб., что составило % от оборота розничной торговли.

Динамичный рост уровня проникновения Интернета (около % населения РФ), снижение стоимости интернет-услуг, постепенное изменение потребительских стратегий способствуют активному развитию Интернет-торговли в РФ.

В 2018 году доля регионов в Интернет-продажах составила %, доля Московского региона и Санкт-Петербурга составили % и % соответственно.

Оплата и доставка

Самый распространённый способ оплаты покупок в российских интернет-магазинах — предоплата банковской картой, на втором месте оплата наличными, на третьем — банковской картой при получении товара. В 2018 году картой было оплачено больше половины всех покупок.

Способы доставки : почти половину всех заказов в российских интернет-магазинах россияне забирают самостоятельно, на втором месте — доставка курьером (%), на третьем — через Почту России (%).

Рост рынка онлайн торговли является драйвером для роста сопутствующих сервисов, в том числе служб курьерской доставки и пунктов самовывоза.

3.4. Потенциал для сдачи в аренду под офис

Классификация офисной недвижимости

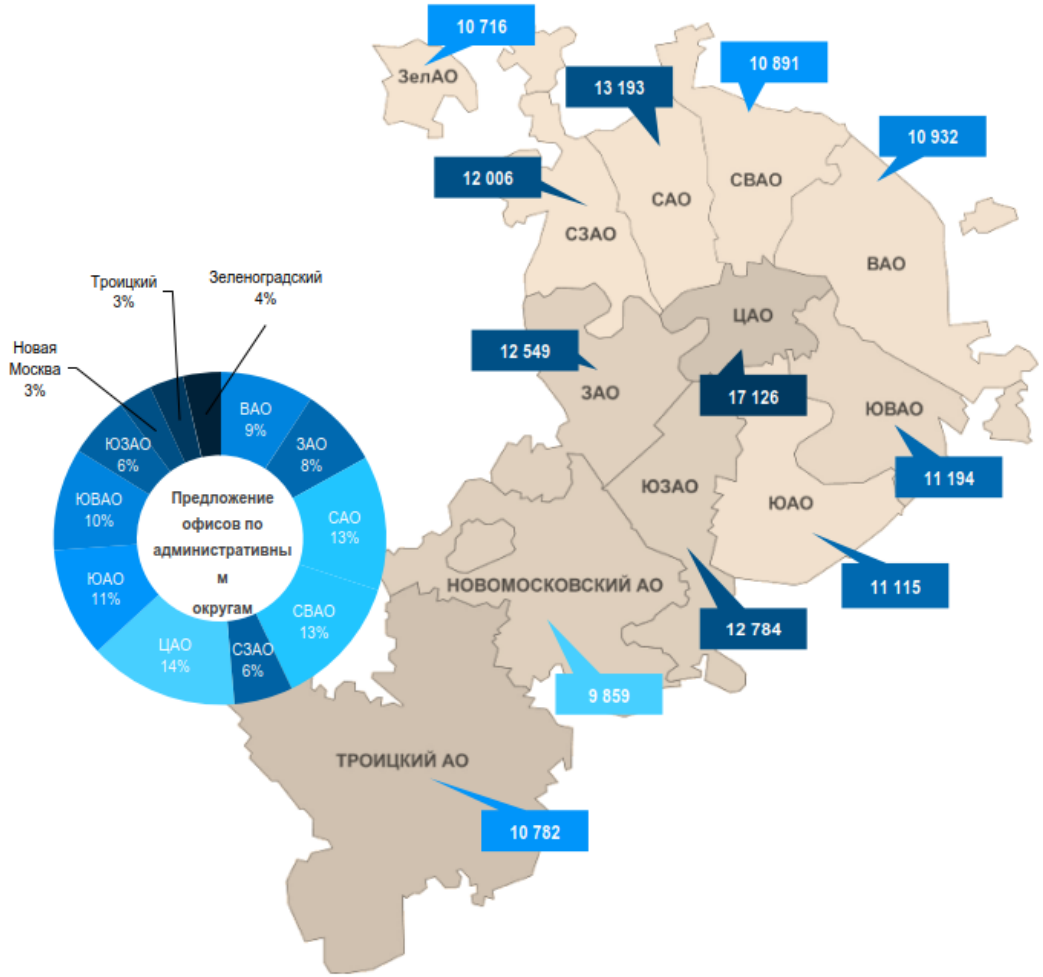
Офисные помещения – это нежилые помещения, расположенные в зданиях, предназначенных для расположения офисов – бизнес-центрах, административных зданиях, а также помещения нежилого фонда в жилых зданиях, и фактически использующееся как офис.
В качестве стандарта для сертификации бизнес-центров (офисных центров) Гильдия управляющих и девелоперов коммерческой и промышленной недвижимости (ГУД) утвердила классификацию: A, B, C, D.

Анализируемое помещение относится к офисным помещениям класса «С». Площади класса С- одни из самых доступных на рынке коммерческой недвижимости. Эти административные площади пользуются стабильно высоким спросом, их достоинство - низкие ставки аренды, ценят фирмы, которые только начинают развиваться.

Офисы класса «С» чаще всего находятся в старых административных, перепрофилированных зданиях или зданиях действующих предприятий и имеют:

- косметический ремонт;
- лифт (если в здании более 3-х этажей);
- кабинетную или смешанную планировку;
- пассивную систему вентиляции;
- невысокое качество дополнительных услуг: организации питания, охраны, парковки и т.д.

Средние значения запрашиваемых арендных ставок, офисы класса «С»
руб./кв.м в год с НДС и ОР, без учета КП



Потенциал для сдачи в аренду под офис

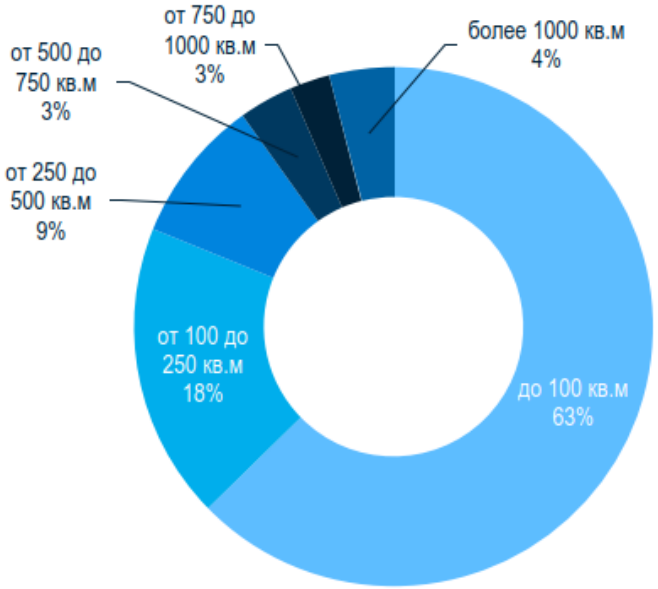
В целом в Москве насчитывается более 600 офисных особняков и отдельно стоящих зданий (ОСЗ), используемых по коммерческому назначению, что включает в себя как используемые объекты, так и выставленные на продажу лоты. Общая площадь особняков составляет порядка 600-800 тыс. кв. м. Основу рынка офисных особняков Москвы составляют исторические здания в ЦАО.

На рынке аренды Москвы предлагаются офисные помещения класса «С» различной площади: до 100 кв.м (63%); от 100 до 250 кв.м (18%); от 250 до 500 кв.м (9%); от 500 до 750 кв.м (3%); от 750 до 1000 кв.м (3%); более 1000 кв.м (4%).

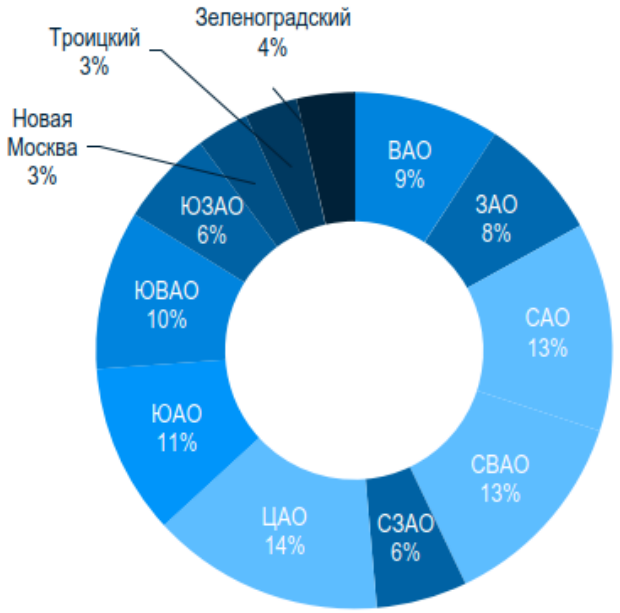
По данным экспертов рынка недвижимости, в 1 полугодии 2019 года на рынке офисной недвижимости класса «С» уровень вакантных площадей зафиксировался на значениях: внутри ТТК - 8,8%, вне ТТК – 8,2%. Средний уровень вакансии по г Москва для офисных помещений класса «С» составил 8,5%.

Наибольший объем предложений по аренде офисных помещений класса «С», расположенных в Москве, наблюдается в административных округах: ЦАО (14%), СВАО (13%) и САО (13%).

Структура предложения ставок офисов класса «С» по административным округам г. Москвы



Структура предложения офисов класса «С» по площадям

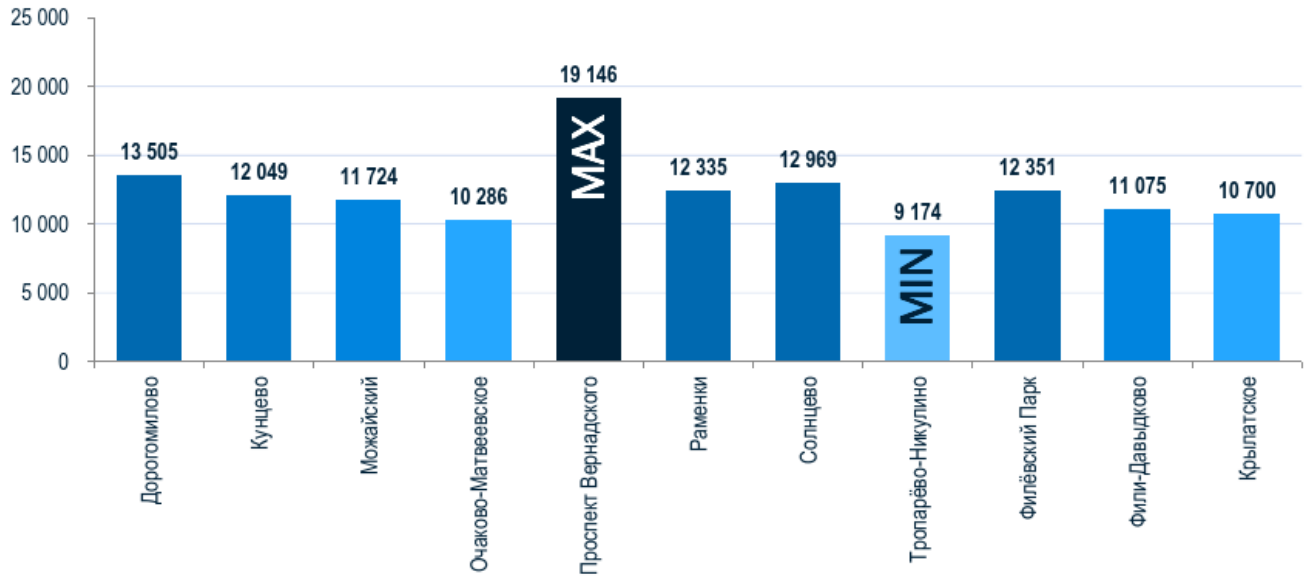


Потенциал для сдачи в аренду под офис

Структура предложений по районам ЗАО

Наибольший объем предложений по аренде офисных помещений класса «С», расположенных в ЗАО Москвы, наблюдается в районах: Кунцево (20%), Фили-Давыдково (14%) и Дорогомилово (13%).

Максимальные арендные ставки представлены в районе Проспект Вернадского - снять офисное помещение класса «С» можно в среднем за 19,1 тыс. рублей в год за кв.м с учетом НДС и ОР (без КП).



Очаково-Матвеевское	4%
Солнцево	4%
Филёвский Парк	4%
Крылатское	5%
Раменки	8%
Тропарёво-Никулино	8%
Можайский	9%
Проспект Вернадского	12%
Дорогомилово	13%
Фили-Давыдково	14%
Кунцево	21%

3.5. SWOT- анализ локации

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Официальный статус нежилого помещения 2. Универсальная планировка 3. Отдельных вход 4. Хороший подъезд 5. Месторасположение в престижном районе 6. Доступность туристических достопримечательностей (Парк Победы и тп)	1. Положение не на «первой линии», умеренный траффик 2. Старый дом 3. Законодательные ограничения 4. Высокая конкуренция в различных сферах деятельности в районе 5. Отсутствие в непосредственной близости «точек притяжения» траффика (крупные ВУЗы, офисные центры и тп. 6. Близость крупного ТРЦ
Возможности	**Угрозы**
1. Жилой «спальный район» 2. Возможность размещения нескольких сервисов на одной площади 3. Изменение законодательства по деятельности хостелов сокращает конкуренцию в данном сегменте	1. Жалобы и недовольство жителей дома в некоторых случаях 2. Появление аналогичных сервисов в соседних домах

4. использование нежилых помещений на 1-х этажах жилых домов

С учетом законодательных ограничений и экономических выгод владельцев на 1-х этажах жилых домов обычно размещают:

- предприятия общепита (магазины продуктов, мини-кафе, пекарни),
- салоны красоты
- аптеки
- магазины непродовольственных товаров (товары для животных, одежда, строительные и хозяйственные товары, косметика, и пр.)
- размещение офиса
- банки и финансовые учреждения
- спортивные клубы
- хостелы и мини- гостиницы
- предприятия бытовых услуг
- развлекательные заведения (бильярдные клубы, игровые центры и т.п.)

5. Анализ потенциальных конкурентов

На территории района расположено:

- 50 продовольственных магазинов,
- 42 магазинов промышленных товаров,
- 3 Торговых центра,
- 59 предприятий общественного питания,
- 29 медицинских учреждения, ,
- 17 школ, 7440 учащихся,
- 1 училище Олимпийского резерва –180 учащихся,
- СНУЦ МГУ –170 учащихся,
- 15 детских дошкольных учреждений, посещает 1698 детей,
- 27 аптек,
- 2 взрослых библиотеки,
- 2 детских библиотеки,
- 1 библиотека семейного чтения,
- 59 предприятий бытового обслуживания,
- 4 хостела и мини гостиницы,
- 55 салонов красоты

В радиусе 1 км от исследованной точки (расстояние, комфортное для пешего перемещения), находятся более 70 предприятий и организаций торговли, общественного питания, гостиничных, бытовых и медицинских услуг. Перечень этих организаций приведен в таблицах ниже.

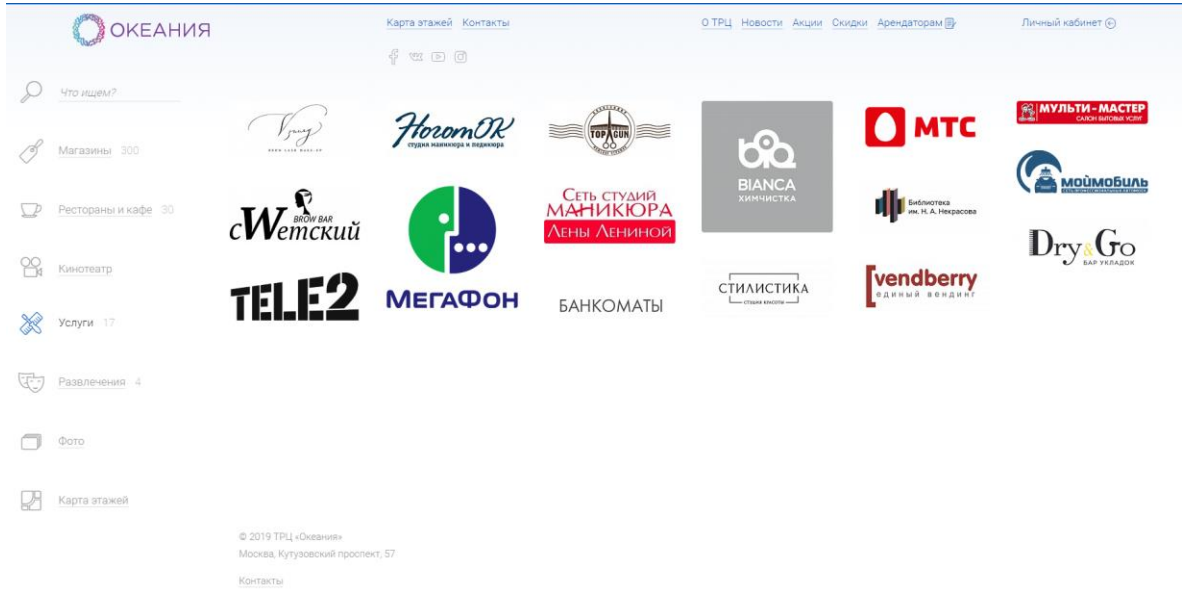
Также в ходе исследования было выявлено, что на территории отсутствуют следующий типы предприятий:

- Антикафе
- Груминг салоны
- Массажные салоны
- Караоке-бары
- Ломбарды
- Хозяйственные магазины
- Пунктов выдачи интернет-заказов.

Анализ потенциальных конкурентов

В шаговой доступности расположен ТЦ «Океания», вмещающий магазины разных сфер деятельности и брендов, кафе, развлечения.
http://oceania.ru/search/brand/
В ТРЦ «Океания» расположено достаточное количество магазинов спортивных товаров, детских магазинов и заведений для проведения досуга.

Эти категории были исключены из анализа конкурентов, так как в представленном помещении невозможно обеспечить конкурентный сервис в данных сегментах.
Так же, из анализа исключены ломбарды, так как помещение имеет избыточную площадь, и банки из- за высоких требований к оснащению и безопасности помещений и высокий размер требуемых инвестиций.



Анализ потенциальных конкурентов

Номер	Название	Адрес	Сайт	Рейтинг (по Google.Maps)
Продуктовые магазины				
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				

Номер	Название	Адрес	Сайт	Рейтинг (по Google.Maps)
Аптеки				
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				

Анализ потенциальных конкурентов

Номер	Название	Адрес	Сайт	Рейтинг (по Google.Maps)
Дом быта				
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				

Хостелы и гостиницы
1
2
3

Номер	Название	Адрес	Сайт	Рейтинг (по Google.Maps)
Салоны красоты и парикмахерские				
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				

Анализ потенциальных конкурентов

Номер	Название	Адрес	Сайт	Рейтинг (по Google.Maps)
Цветочные магазины				
1				
2				
3				
4				
5				

Номер	Название	Адрес	Сайт	Рейтинг (по Google.Maps)
Рестораны, бары, кафе				
1				
2				
3				
4				
5				
6				

Зоомагазины и груминг салоны
1
2

Медицинские центры

Анализ потенциальных конкурентов

Номер	Название	Адрес	Сайт	Рейтинг (по Google.Maps)	Расстояние
Аптеки					
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					

Ссылка	Адрес	Площадь	Цена	Дата размещения
Офисы				

6. Возможное использование помещения

Анализ положения и конкурентов позволяет сделать следующие выводы:

- высокая конкуренция в сегменте продуктовых магазинов шаговой доступности и аптек
- специфика расположения помещения не позволяет разместить заведения класса «люкс»
- сегмент парикмахерский и салонов красоты насыщен
- в сегментах хозяйственных товаров и услуг конкуренция достаточно низкая
- пустует сегмент маленьких спортивных залов и йога студий
- не насыщен сегмент пунктов выдачи заказов
- низкая конкуренция в сегменте зоотоваров и услуг
- небольшое количество франшиз

Проведенный анализ выявил, что несмотря на большое количество аптек в районе, в шаговой доступности аптек не расположено.

Возможное использование помещения

1. **Магазин строительных и хозяйственных товаров**

2. **Хостел или мини гостиница**

Возможное использование помещения

3. Зоомагазин

5. Офис

4. Аптека

6.1. наличие бизнесов по франшизе

Название	Сайт	Паушальный взнос	Роялти	Требования к помещению
Магазины				

6.2. плановая окупаемость потенциальных проектов

Направление использования	Инвестиции, тыс. руб.	Срок подготовки для запуска проекта, мес.	Среднемесячная выручка, тыс. руб.	Рентабельность%	Среднемесячная прибыль, тыс. руб.	Окупаемость, мес.