



Анализ развития сферы обслуживания на улице Пятницкой, г. Москва

Проект презентует:

Вишневская Анна

Команда проекта:

Арсенова Валерия,
Белинский Андрей,
Вишневская Анна,
Локатош Яна,
Малышева Анастасия

Участники



Арсенова Валерия



Вишневская Анна



Белинский Андрей



Локатош Яна



Малышева Анастасия

Гипотезы

1

Выживаемость бизнеса будет зависеть от проходимости рядом с его расположением. У тех точек, которые люди проходят по пути на работу и обратно, больше шансов.

2

У более уникальных точек большая выживаемость, потому что рядом с ними не так много конкурентов, и если человеку понадобится какой-то конкретный товар или услуга, то он соберется и приедет сюда специально за ним.

3

Выживаемость будет коррелировать с контингентом потребителей (целевой аудиторией) и спросом на продукт бизнеса.

Ресурсы

Циан и Авито: стоимость жилых квартир за м² и аренда нежилых помещений.

Реформа ЖКХ: сведения о жилых домах; адреса геокодированы.

Яндекс карты: актуализация и ретроспектива.

Росстат: численность населения по районам.

2ГИС:

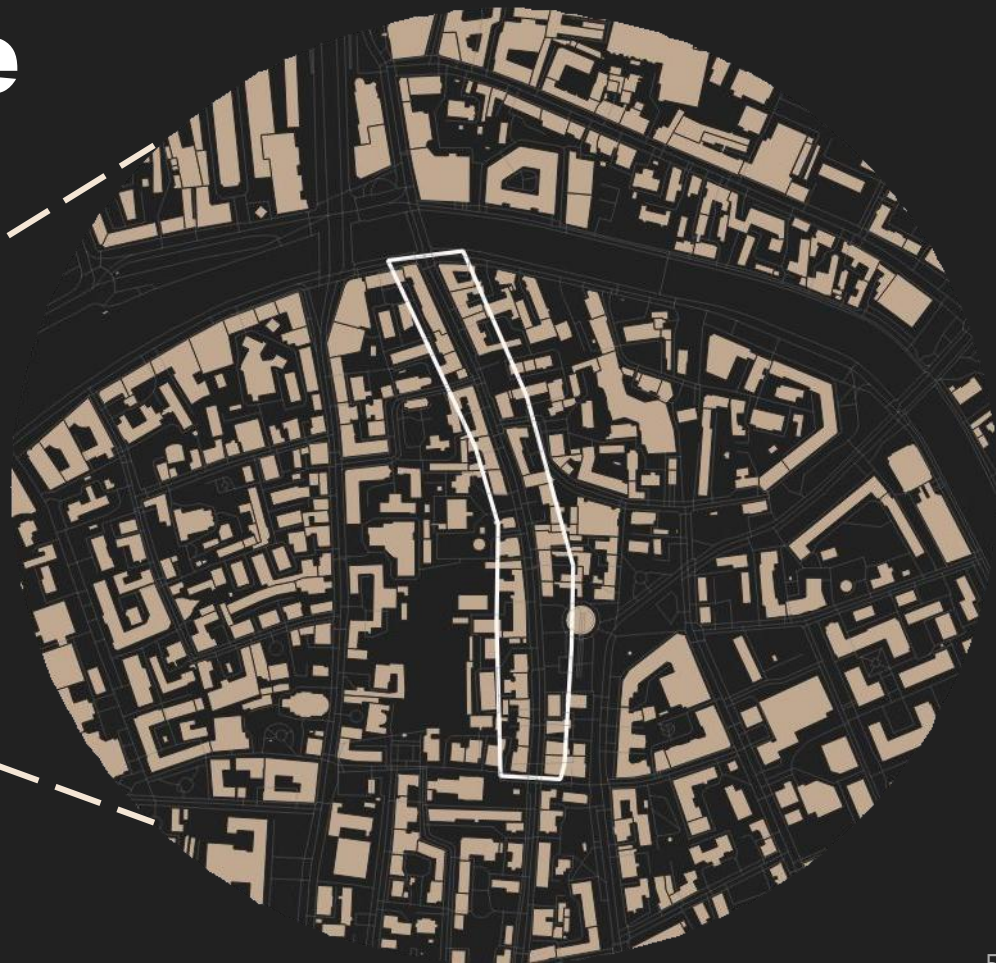
- точки общественного питания
- объекты розничной торговли
- ПВЗ
- другая коммерция

OSM:

- дороги (highway)
- паркинги (amenity=parking)
- дома (buildings)
- границы районов и округов (borders)
- станции метро (metro)

Расположение

ЦАО – Замоскворечье – Пятницкая улица



Территория Замоскворечья
Исследуемая территория

0 0,5 1 км

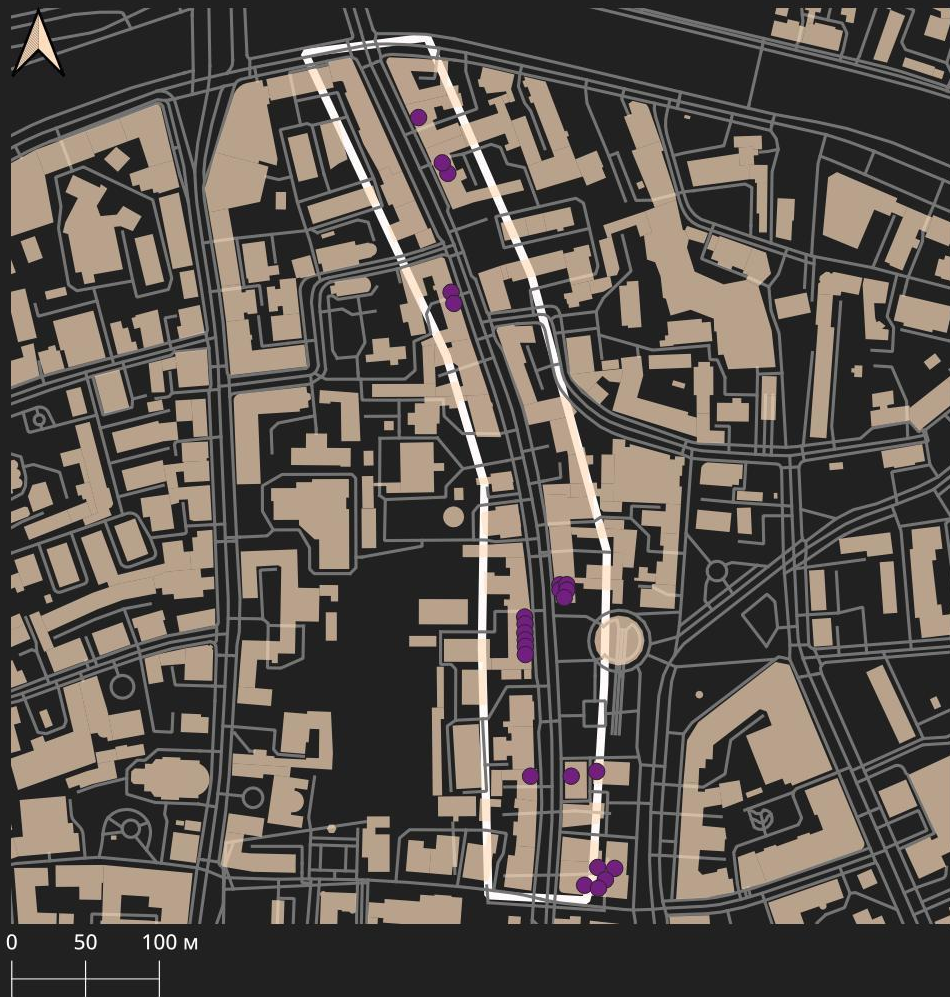


Схема вакантных коммерческих помещений

Всего на территории располагается 24
вакантных мест для аренды, основная часть
которых располагается на юге.

6000 руб. - средняя цена за кв. метр

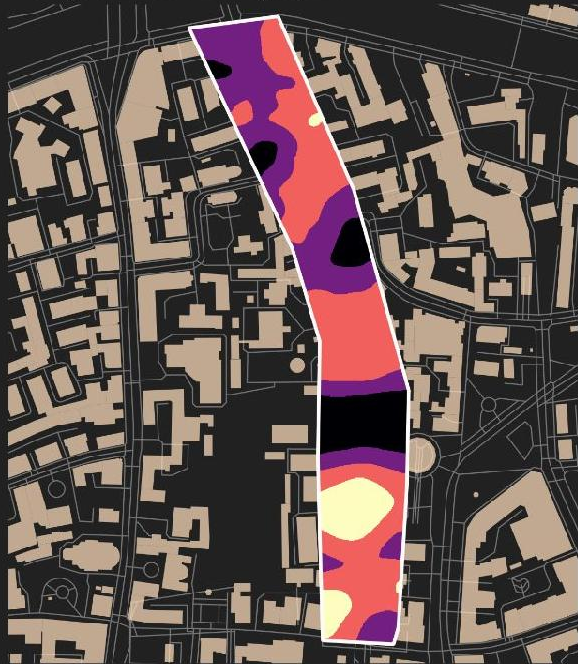
227 кв. метров - средняя площадь
помещений

- Автомобильные линии
- Капитальные строения
- Граница исследуемой территории
- Вакантные коммерческие помещения

Анализ существующей коммерции

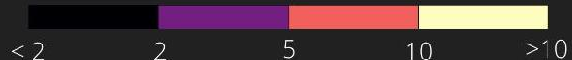


Возраст коммерции



0 50 100 м

Возраст коммерции (лет)



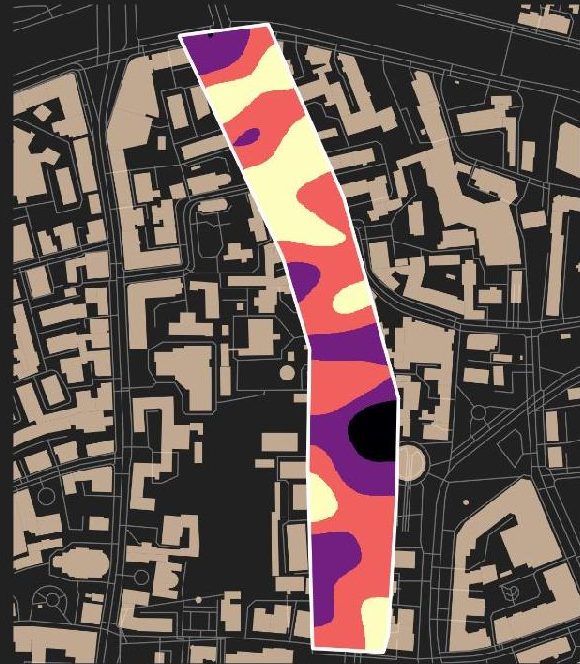
Целевая аудитория



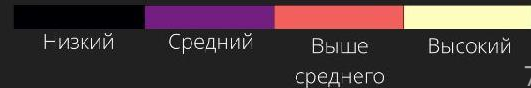
0 50 100 м

- Местные жители
- Сотрудники ближайших организаций
- Транзитные посетители

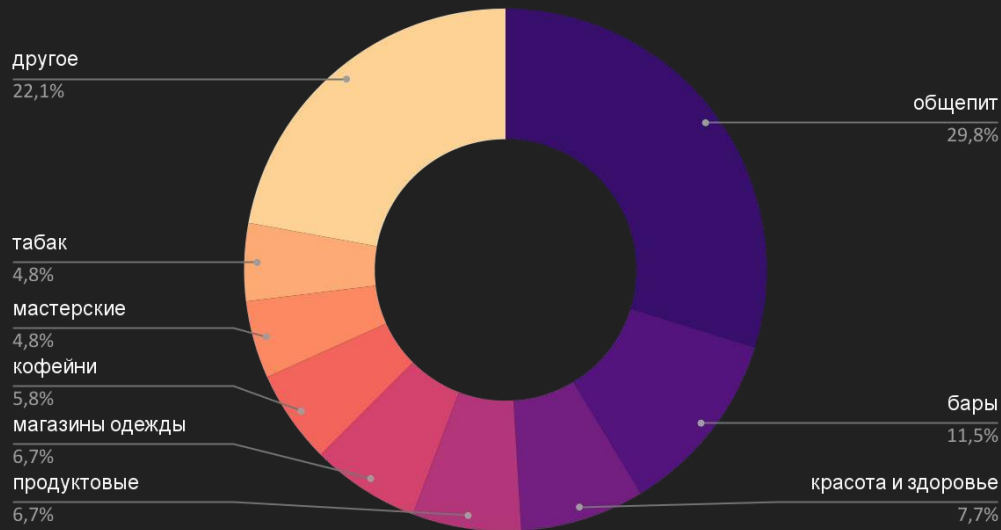
Ценовой сегмент



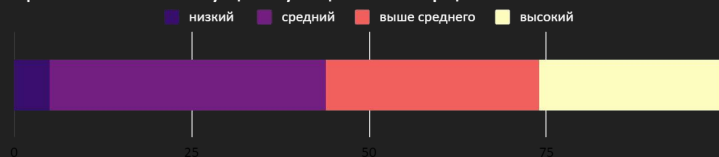
0 50 100 м



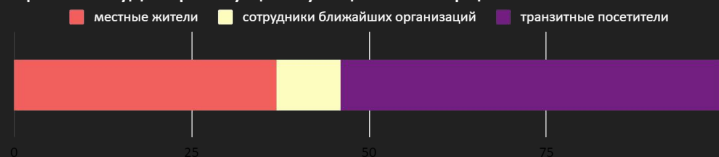
Распределение коммерции по направленностям



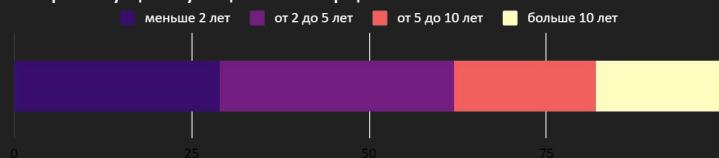
Ценовой сегмент существующей коммерции



Целевая аудитория существующей коммерции

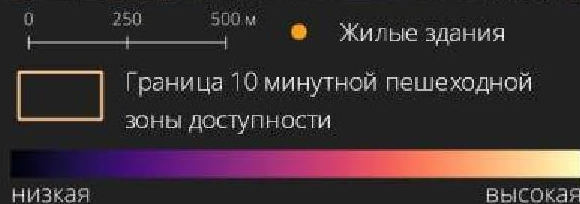
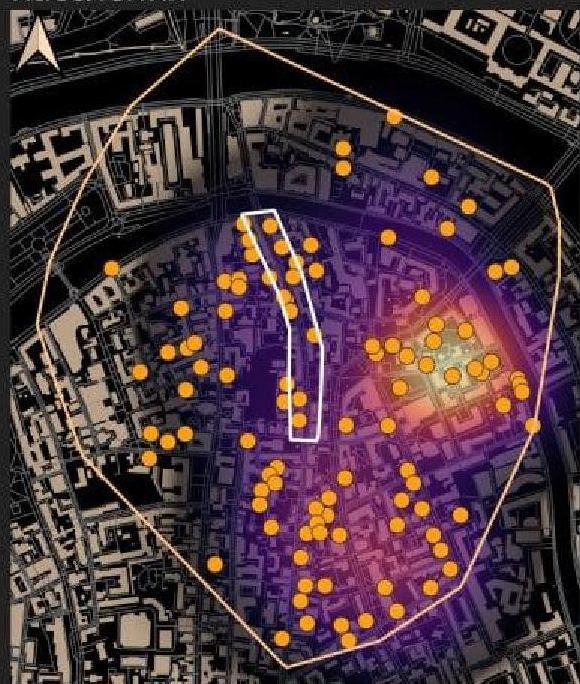


Возраст существующей коммерции

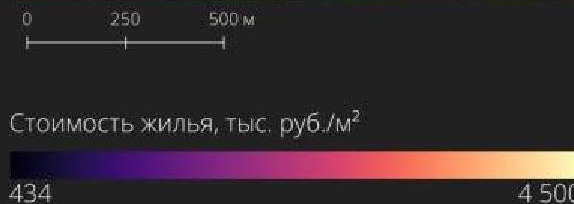
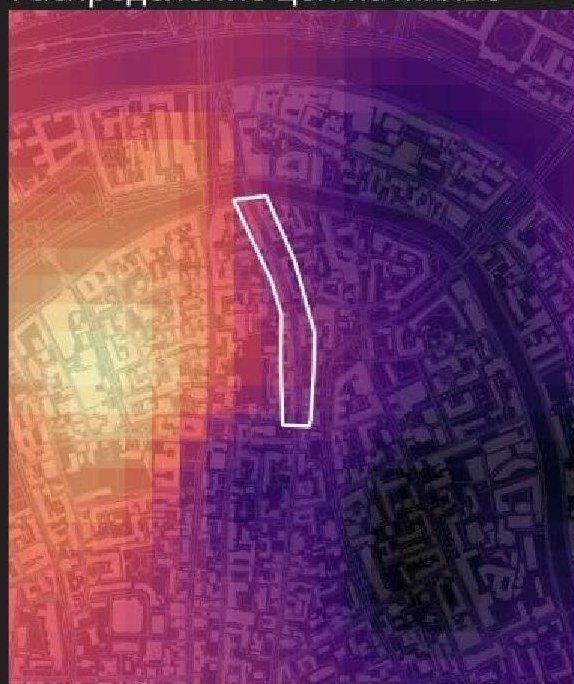


Статистический анализ существующей коммерции

Относительная плотность населения



Распределение цен на жилье



Анализ ЦА

"Жители"

Постоянные посетители, проживающие в пределах пешей доступности от территории проекта.

Спрос на рубрики для повседневного и бытового использования.

Уровень дохода: выше среднего.

Рубрики: аптека, банк, кондитерский магазин, магазин одежды, мастерская, продуктовый магазин, пункт выдачи, салон красоты, сервисный центр, фитнес, переводы, табак.

120 позиций - что в 4 раза меньше, чем у других сегментов ЦА

Распределение коммерческих помещений



0 250 500 м

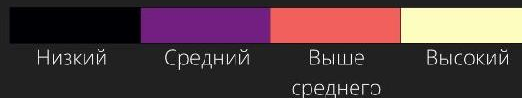
Граница 10 минутной пешеходной зоны доступности

Коммерческие помещения

Ценовой сегмент



0 250 500 м



Анализ ЦА

“Сотрудники организаций”

Постоянные посетители, не проживающие на территории, работающие в пределах пешей доступности.

Уровень дохода: диапазон от низкого до высокого (зависит от должности).

Спрос на заведения для быстрого питания, решения незначительных вопросов во время перерыва.

Рубрики: типография, банк, сервисный центр, аптека, кондитерский магазин, кофейня, общепит, продуктовый магазин, переводы, табак, издание.

Неравномерное, но сбалансированное распределение ценового уровня коммерческих точек иллюстрирует не только уровень дохода потребителей, посещающих заведения, но и их работников.

Распределение коммерции по ЦА



Анализ ЦА

"Транзитные посетители"

Непостоянные посетители, не проживающие на территории, не работающие в пределах пешей доступности.

Уровень дохода: территориально задан, характеризуется как для потребителей широкого диапазона уровней дохода.

Спрос на досуг и посещение мест по критерию "уникальности".

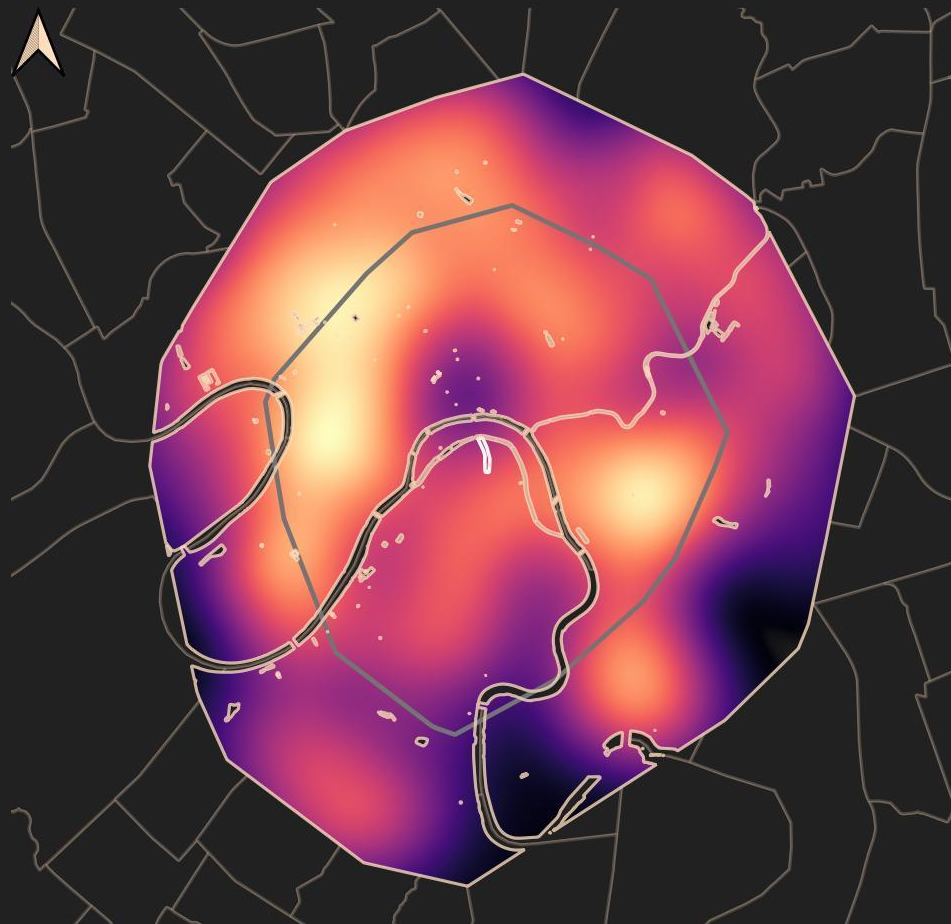
Категории потребностей: бар, гостиница, клуб, общепит, сувенирный магазин, магазин одежды, магазин эзотерики.

Транзитное посещение коммерческих точек осуществляется в основном представителями низкого и среднего уровня дохода (критерий ценового уровня заведений)

● Преимущественно транзитная ЦА

● Элементы транзитной ЦА




□ Граница исследуемой территории



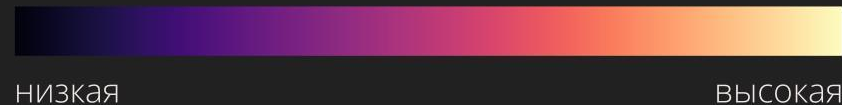
Зона транспортной доступности

Максимальная плотность населения в зоне 15 минутной транспортной доступности наблюдается на северо-западе (Пресненский район) и справа (Таганский район) от заданной территории.

1298728 человек общая численность населения

-  граница 15 минутной транспортной зоны доступности
-  граница 10 минутной транспортной зоны доступности
-  границы районов

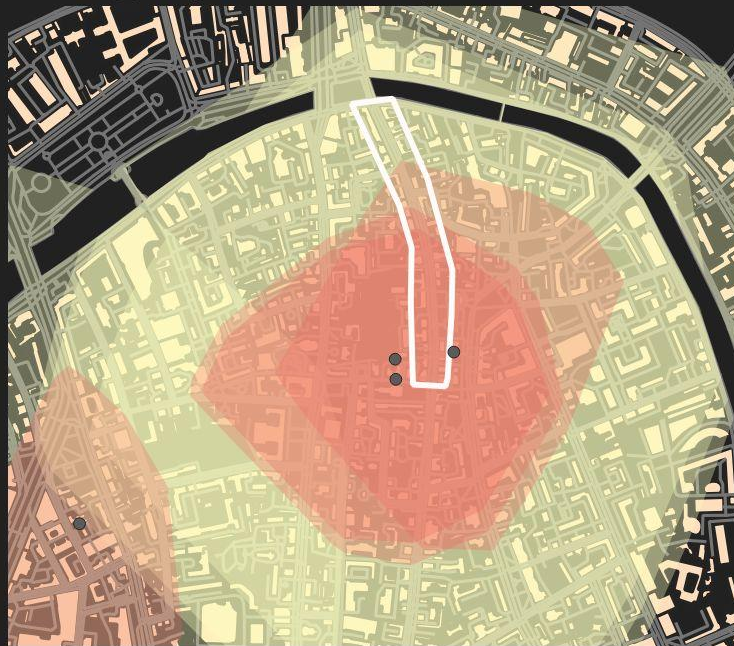
Относительная плотность населения



Зоны доступности транспортной инфраструктуры



Зоны доступности метро



Пешая доступность 5 мин

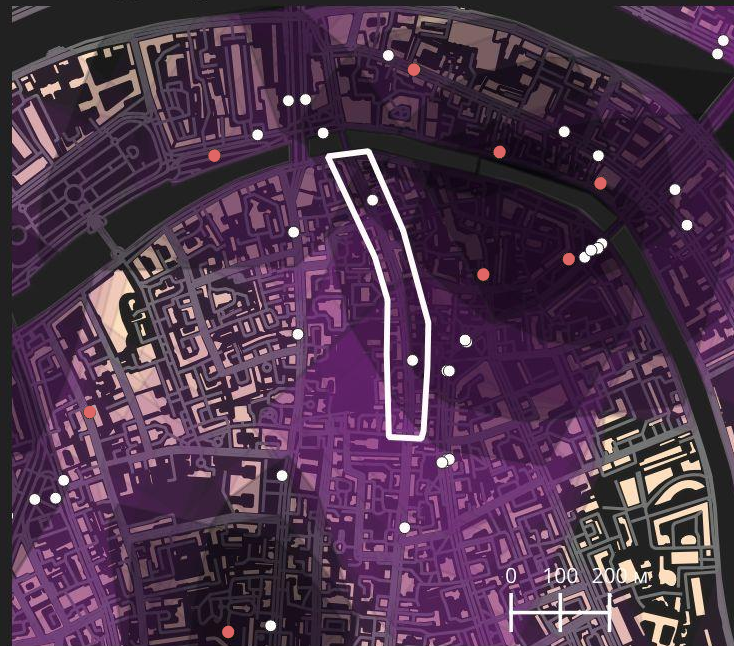


Пешая доступность 10 мин



Станции метро

Зоны доступности ООТ и ПП



Пешая доступность
5 мин (парковки)



Пешая доступность
5 мин (остановки)

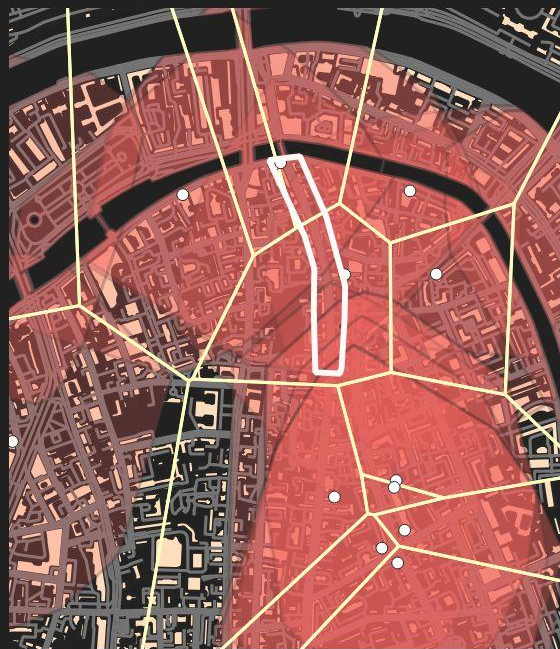
Платные парковки

Наземные остановки
общественного транспорта

Зоны доступности обслуживающих объектов



Зоны доступности ПВЗ



Пешая доступность 7 мин

• ПВЗ

Зоны охвата ПВЗ

Зоны доступности аптек

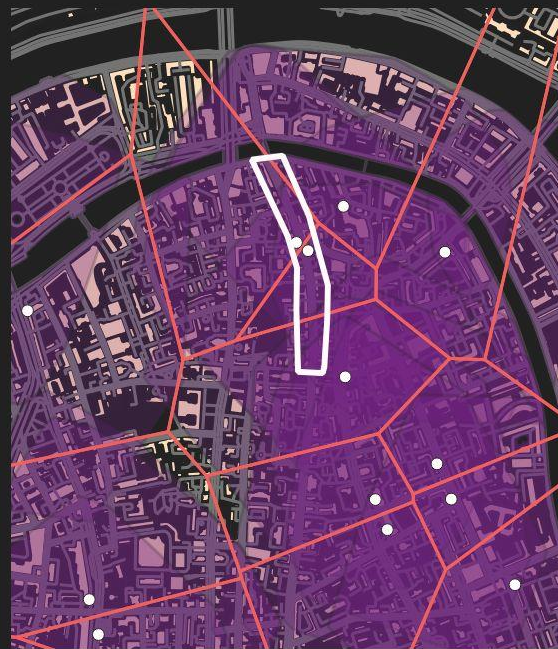


Пешая доступность 7 мин

• Аптеки

Зоны охвата аптек

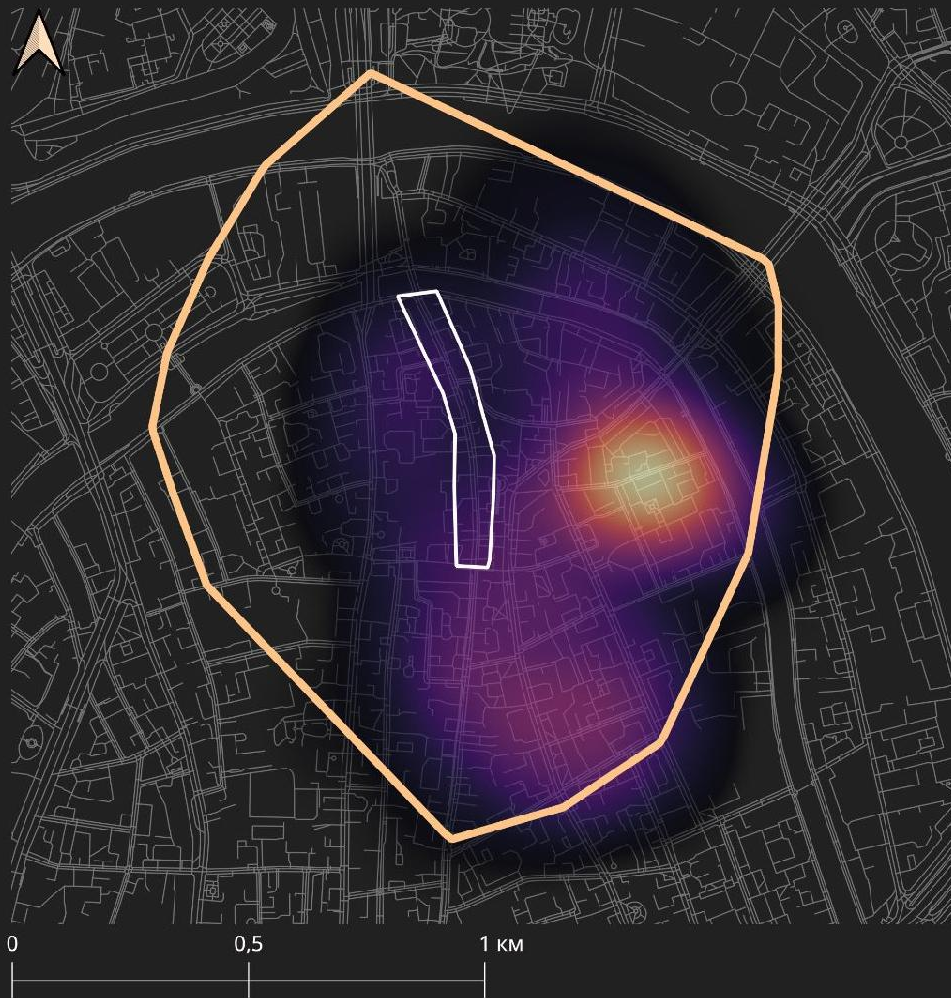
Зоны доступности ПМ



Пешая доступность 7 мин

• Продуктовые магазины

Зоны охвата ПМ



Зона пешеходной доступности

Максимальная плотность населения в 15 минутной пешеходной зоне доступности находится на западе относительно исследуемой территории, а также на юге.

14 443 человек общая численность населения

- Граница исследуемой территории
- Граница 10 минутной пешеходной зоны доступности

Относительная плотность населения



Предлагаемые типы бизнеса

Аптека	2	1,2	Общепит	2	2,3
Банк	2	1,2			
Кондитерский магазин	2	1,2	Переводы	2	1,2
			Табак	2	1,2
Магазин одежды	2	1,3	Бар	1	3
			Гостиница	1	3
Мастерская	1	1	Клуб	1	3
Продуктовый магазин	2	1,2	Сувенирный магазин	1	3
			Магазин эзотерики	1	3
Пункт выдачи	1	1	Букмекерский клуб	0	-
Салон красоты	1	1	Издание	1	2
Сервисный центр	2	1,2	Специализированный	0	-
Фитнес	1	1	Цветочный магазин	0	-
Типография	1	2	Ювелирный магазин	0	-
Кофейня	1	2			

Нежелательные виды коммерции:

- букмекерский клуб
- цветочный магазин
- ювелирный магазин
- специализированный

место/ рейтинг	Наименование	Уровень цен
1	Общепит	диапазон (от низкого к высокому)
2	Магазин одежды	диапазон с уклоном выше среднего/ высокий
3	Кондитерский магазин	средний, выше среднего
3	Банк	диапазон
3	Продуктовый магазин	средний, выше среднего, высокий
3	Сервисный центр	диапазон
3	Переводы	диапазон
3	Табак	средний, выше среднего
3	Аптека	средний, выше среднего, высокий

Гипотезы

1

Выживаемость бизнеса будет зависеть от проходимости рядом с его расположением.

— гипотеза
подтверждена
частично

2

У более уникальных точек больше выживаемость, потому что рядом с ними не так много конкурентов.

— гипотеза
подтверждена
частично

3

Выживаемость будет коррелировать с контингентом потребителей (целевой аудиторией) и спросом на продукт бизнеса.

— гипотеза
подтверждена

Выводы

Определили пять факторов выживаемости коммерции:

- ценовой сегмент
- целевая аудитория
- доступность
- направленность
- уникальность

1

На территории присутствуют условия для открытия или реорганизации всех типов бизнеса по ценовому уровню. Приоритезация мест досугового времяпрепровождения (общепит) и универсального пользования (магазины продуктов, банки, магазины одежды и прочее).

2

Транспортная доступность территории обеспечивает удобство посещения коммерческих объектов на Пятницкой улице, что расширяет аудиторию потенциальных покупателей (параметр охвата)

3

Основа открытия бизнеса - определение приоритетов. Если продавец намерен получить максимум прибыли за среднесрочный период, он может открыть заведение общепита. Если же он приоритезирует стабильность – больше подойдут ориентированные на жителей и работников точки (банки, магазины продуктов и прочее).

Практическое применение — — — —

Кому полезен продукт анализа:

- **Владельцы коммерческих точек**

перспективы бизнеса, прогнозирование проблемных зон, профилактика банкротства, точки роста

- **Муниципалитет и городские власти**

разработка стратегии для устойчивого развития коммерческой инфраструктуры района, улучшение позиций стабильных и прибыльных участников рынка, снижение текучести арендаторов

- **Маркетинговые компании**

интеграция подхода в разработку стратегий и рекламных кампаний; многостороннее изучение кейса проблемы

- **Сервисы геоданных и аналитические центры:**

обработка материалов, интеграция в общую аналитическую базу

- **Местные жители и пользователи ком. точек**

создание user friendly инфраструктуры, повышение комфорта среды

Контакты

Другие проекты

Telegram



Сайт

