

Казанский государственный архитектурно-строительный университет

Кафедра экспертизы и управления недвижимостью

И.Ф. Гареев

**ПРАВИЛА ПОДГОТОВКИ РЕФЕРАТА
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПРОЕКТОВ»**

Методические указания

*Для студентов, обучающихся по профилю
«Городское строительство и хозяйство»
очной формы обучения*

г.Казань, 2018 г.

УДК 378.147.88

Печатается по решению Редакционно-издательского совета Казанского государственного архитектурно-строительного университета

Гареев И.Ф. Правила подготовки реферата по дисциплине «Информационное обеспечение реализации инвестиционных проектов». Методические указания. Казань: КГАСУ, 2018. – 43 с.

Рецензент: Сироткин В.А., ФГБОУ ВО «Российский государственный профессионально-педагогический университет», к.э.н., доцент.

Изложены состав, содержание, порядок разработки и оформления, подготовки к защите и подготовке реферата по дисциплине «Информационное обеспечение реализации инвестиционных проектов».

Пособие предназначено для студентов, а также может быть полезно аспирантам, преподавателям и специалистам, работающим в сфере недвижимости.

УДК 378.147.88

© Казанский государственный
архитектурно-строительный
университет, 2018

Содержание

ВВЕДЕНИЕ	4
1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ	6
1.1. Размещение текста на странице	6
1.2. Порядок оформления «Содержания»	7
1.3. Порядок нумерации и присвоения названий	7
1.4. Порядок оформления текста	8
1.5. Порядок оформления формул	9
1.6. Порядок оформления ссылок	9
1.7. Порядок оформления таблиц	10
1.8. Порядок оформления иллюстраций	11
1.9. Порядок оформления приложений	11
1.10. Порядок оформления списка использованных источников	11
2. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ	14
2.1. Сегменты рынка недвижимости	14
2.2. Составление и размещение «Резюме»	14
2.3. Структура «Описания исследования»	15
2.4. Разработка паспорта объекта недвижимости	17
2.5. Разработка технического задания на проведение исследования	18
2.6. Структура маркетинговых исследований по сегментам рынка недвижимости	23
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	42
РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА	43

ВВЕДЕНИЕ

В настоящих методических указаниях автор изложил состав, содержание, порядок разработки и подготовке реферата по дисциплине «Информационное обеспечение реализации инвестиционных проектов». Эта дисциплина является завершающим этапом в подготовке студентов, обучающихся по направлению 08.03.01 «Строительство», профиль «Городское строительство и хозяйство».

В процессе обучения в рамках дисциплины «Информационное обеспечение реализации инвестиционных проектов» студенты применяют знания, полученные в ходе изучения общеественных, гуманитарных, социально-экономических, а также общепрофессиональных и специальных дисциплин. В результате, студенты приобретают целостные навыки инженера по профилю «Городское строительство и хозяйство».

В процессе изучения дисциплины студентами рассматриваются вопросы виды экспертиз: техническая, экологическая, **экономическая**; требования, нормы и допуски для несущих и ограждающих конструкций, инженерных коммуникаций; новые методы оценки природного и техногенного риска в строительстве; анализ последствий экстремальных природных воздействий на сооружения; проведение экологической паспортизации, сертификация, экономического аудиторования; инспектирование инвестиционного процесса жизненного цикла объекта недвижимости (*данный круг вопросов отражен в качестве **обязательного минимума** содержания основной образовательной программы по направлению подготовки дипломированного специалиста «Строительство»*)

Также в рамках дисциплины рассматриваются **вопросы анализа рынка недвижимости**, организации нового строительства и реконструкции существующих объектов недвижимости, проводится их юридическая экспертиза, проводится оценка рыночной стоимости исследуемого объекта недвижимости, составляется бизнес-план реализации инвестиционно-строительного производства, а также вопросы технической эксплуатации зданий.

В настоящее время для инвестиционной деятельности на рынке недвижимости необходимо четко представлять себе перспективы его развития. В связи с этим, наиболее актуальным является вопрос инвестиционной привлекательности отдельных его сегментов. Для этого необходимо представлять общее виденье текущих тенденций и перспектив рынка недвижимости, а также **провести как общий анализ и прогноз рынка недвижимости**, так и оценить перспективы развития сегментов рынка.

По результатам маркетинговых исследований можно получить практические результаты и интересные выводы, обсудить новые веяния и тенденции на рынке. При этом главная цель анализа рынка недвижимости – формирование независимой и аргументированной позиции в отношении событий и тенденций на рынке недвижимости. Суждение исследователя должны касаться новых законодательных актов, высказываний должностных лиц и представителей коммерческих структур, прошедших мероприятий и формируемой политике на рынке недвижимости.

Регулярное проведение маркетинговых исследований сегментов рынка недвижимости и потребительских предпочтений должны стать одним из пунктов должностных обязанностей специалиста в области недвижимости.

Анализ рынка недвижимости позволяет:

- овладеть системным подходом к инвестиционному анализу рынка недвижимости;
- получить алгоритм использования результатов анализа рынка.

Анализ рынка недвижимости является первым этапом при реализации инвестиционно-строительных проектов и одним из разделов дипломного проектирования. Учитывая это, а также, понимая необходимость оценки инвестиционной привлекательности сегментов рынка на основе длительного мониторинга, раздел исследования рынка недвижимости предлагается изучать на протяжении процесса обучения, начав с разработки реферата, закончив самостоятельным изучением к дипломному проектированию. В целом, это позволит студентам не только отработать механизмы принятия управленческих решений, но и адаптироваться к будущей профессиональной деятельности.

1. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ

1.1. Размещение текста на странице

Реферат выполняется на листах бумаги формата А4 (210x297 мм). Расстояния от границ листа до текста: слева – 25 мм, справа – 15 мм, сверху – 25 мм, снизу – 20 мм. Текст реферата должен быть набран и отпечатан на компьютере через один междустрочный интервал с использованием шрифта Times New Roman Cyr, размер 14.

Оптимальный объем реферата (без приложений) составляет 20-30 страниц. Объем приложений не ограничен.

Первым листом является титульный лист, но номера страниц проставляются, начиная с «Резюме» («Выводы», «Выводы по результатам исследования»). Номер листа ставится в правом верхнем углу. Нумерация листов производится автоматически. Производить нумерацию вручную запрещается.

Титульный лист оформляется следующим образом:

Пример оформления титульного листа

Министерство образования и науки Российской Федерации
Казанский государственный архитектурно-строительный университет

Кафедра
экспертизы и управления
недвижимостью

Реферат
на тему: «Обзор рынка офисной недвижимости г.Казань»

Дисциплина
«Информационное обеспечение
реализации инвестиционных
проектов»

Выполнил: ст. гр. 5ЭН01
Березовская Ю.С.
Проверил: Гареев И.Ф.

Казань 2018

1.2. Порядок оформления «Содержания»

Выравнивание наименования («Содержание») осуществляется по центру, без отступа для первой строки, начертание - полужирное. Все буквы оформляются с прописной буквы.

Выравнивание всех названий (главы, параграфа и пункта) осуществляется по левому краю.

Выравнивание строки с названием главы осуществляется без отступа для первой строки, начертание - полужирное, с прописной буквы.

Выравнивание строки с названием параграфа осуществляется с отступом 0,5 см для первой строки, начертание - полужирное.

Выравнивание строки с названием пункта осуществляется с отступом 1 см для первой строки, начертание - полужирное.

В конце строки для каждого раздела (глава, параграф, пункт) ставится номер страницы, с которой он начинается.

Пример оформления «Содержания»:

ВВЕДЕНИЕ	3
1. РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ И ЕГО ХАРАКТЕРИСТИКА.....	5
1.1. Тенденции развития рынка коммерческой недвижимости.....	5
1.1.1. Характеристика рынка офисной недвижимости.....	5
1.1.2. Динамика рынка торговой недвижимости.....	5
...	
1.2.	
...	
2.	

1.3. Порядок нумерации и присвоения названий

Главы «Содержание», «Введение», «Заключение», «Список использованных источников» и «Приложения» не нумеруются.

Основная часть реферата состоит из глав. Главы должны иметь порядковые номера, обозначенные арабскими цифрами, в пределах всей работы. Слово «Глава» не пишется. Главы при необходимости разделяются на параграфы, пункты.

После названия главы сразу идет название параграфа (при наличии). Текста между ними быть не должно.

После названия параграфа сразу идет название пункта (при наличии). Текста между ними быть не должно.

После названия пункта сразу идет название подпункта (при наличии). Текста между ними быть не должно.

Параграфы должны иметь нумерацию в пределах каждой главы. Номер параграфа состоит из номеров главы и параграфа, разделяется и заканчивается точкой. Первая буква в названии параграфа пишется с прописной буквы (например: 1.1. Общие тенденции развития рынка коммерческой недвижимости).

Нумерация пунктов должна быть в пределах параграфа. Номер пункта должен состоять из номеров главы, параграфа и пункта, разделяется и заканчивается точкой. Первая буква в названии пункта пишется с прописной буквы (например: 2.1.1. Инвестиционная привлекательность рынка гостиничной недвижимости).

В конце названий глав, параграфов и пунктов точки не ставятся. Названия глав, параграфов и пунктов должны состоять из одного предложения, в котором не менее трех и не более десяти слов. Вопросительные или восклицательные предложения, а также цитаты в названиях глав, параграфов и пунктов запрещены.

Между названием главы и параграфа (равно как и между названиями параграфа и пункта) должен быть один интервал. Также один интервал должен быть между любым названием (главы, параграфа и пункта) и текстом.

Выравнивание любого названия (главы, параграфа и пункта) осуществляется по центру, без отступа для первой строки, начертание - полужирное. Все буквы (кроме букв в названиях параграфов и пунктов) оформляются с прописной буквы.

Переносы слов в названиях глав, параграфов и пунктов не допускаются. Каждая глава должна начинаться с новой страницы. Параграфы и пункты могут начинаться с любой части страницы, за исключением случаев, когда название на одной странице, а текст к параграфу и пункту - на другой странице. В этом случае название параграфы или пункта должна начинаться с новой страницы.

1.4. Порядок оформления текста

Абзацы в тексте следует начинать с отступа первой строки, равного 1,25 см. Отступ остальных строк (как слева, так и справа) должен быть равен 0 см. Интервал между буквами – «обычный». Применять «разреженный» или «уплотненный» интервал - запрещено.

Между словами в тексте должен быть только один пробел.

В тексте могут быть списки, т.е. различные перечисления. Оформление списка может быть только двух видов: нумерованный или маркированный.

Нумерованный список (т.е. каждый номер в списке) следует начинать с отступа первой строки, равного 1,25 см. Отступ остальных строк в списке (т.е. вторая строка в абзаце) должен быть равен 0 см. Оформление маркированного списка осуществляется по таким же правилам.

Маркеры при создании маркированного списка должны оформляться только с использованием символа «-». Другие символы запрещены. Маркеры проставляются автоматически, с использованием стандартных функций MS WORD (меню «Маркеры»).

В тексте реферата могут быть использованы разные виды черт:

«-» – дефис (короткая черта);

«—» – тире (черта средней длины);

«—» – тире (длинная черта).

Дефис (короткая черта – «-») применяется при написании таких слов как «социально-экономический», «торгово-развлекательный» и т.п., без наличия между дефисом пробелов.

Тире (черта средней длины – «—») применяется при написании таких предложений как «Рынок недвижимости – это...» и т.п., в которых между чертой присутствуют пробелы.

Длинная черта («—») применяется при отображении схем, рисунков, графиков и т.п. Использование длинной черты в тексте запрещено.

1.5. Порядок оформления формул

Формулы, содержащиеся в тексте, располагают на отдельных строках. Формулы нумеруются арабскими цифрами сквозной нумерацией по всему реферату.

Обозначение формулы записывают на уровне формулы справа в круглых скобках, например, (1). Непосредственно под формулой приводится расшифровка символов и числовых коэффициентов, если они не были пояснены ранее в тексте. Первая строка расшифровки начинается словом «где» без двоеточия после него. Выше и ниже каждой формулы должно быть оставлено не менее одной свободной строки (один интервал). В данной случае также соблюдаются правила расстановки отступов как и для обычных абзацев.

Написание (редактирование) формулы необходимо проводить в редакторе Microsoft Equation. Вход через меню MS Word «Вставка», «Объект...», «Microsoft Equation 3.0». Вставка формул в виде рисунка запрещена.

Пример: Прибыль предприятия (П) рассчитывается по формуле:

$$П = В - З \quad (1)$$

где

В – выручка предприятия;

З – затраты предприятия.

Формулы, помещаемые в приложениях, должны нумероваться отдельной нумерацией арабскими цифрами.

1.6. Порядок оформления ссылок

Все используемые в работе материалы должны иметь ссылки на источник, в котором эти материалы расположены. Ссылка представляет собой заключенный в квадратные скобки номер источника, под которым он значится в списке использованных источников, например: [1]. При необходимости, через запятую, можно указать и номер страницы, например: [1,19].

Ссылки на главы, пункты и формулы следует указывать их порядковым номером, например: «в главе 4», «в п.1.2.», «в формуле (1)».

Условные буквенные и графические обозначения должны соответствовать установленным стандартам. Если используется аббревиатура, то при первом ее упоминании она указывается в скобках, например: Республика Татарстан (РТ).

Порядок оформления списка использованных источников приведено ниже.

1.7. Порядок оформления таблиц

Числовой материал может быть оформлен в виде таблиц. Таблица должна иметь название, которое следует выполнять строчными буквами (кроме первой прописной) и помещать под обозначением таблицы. Заголовки граф и строк таблицы начинаются с прописных букв. Разделять заголовки и подзаголовки боковика и граф диагональными линиями не допускается. Заголовки граф могут быть записаны параллельно или перпендикулярно (при необходимости) строкам таблицы. Таблицы, за исключением таблиц приложений, необходимо нумеровать арабскими цифрами сквозной нумерацией.

В случае наличия большого количества граф и строк шрифт в таблице может быть уменьшен до 10.

Над правым верхним углом таблицы помещают надпись «Таблица» с указанием ее номера без знака №, например: «Таблица 1».

Если строки или графы таблицы выходят за формат страницы, ее делят на части, помещая одну часть под другой или рядом, при этом в каждой части таблицы повторяют ее заголовок. Повтор заголовка таблицы устанавливается автоматически, через меню MS Word «Таблица», включив функцию «Заголовки».

Слово «Таблица» указывают один раз в начале таблицы, а в случае переноса таблицы на следующую страницу – пишут слова «Продолжение табл.» с указанием номера таблицы. Название таблицы при этом также помещают только над ее началом.

Пример оформления таблицы:

Таблица 1

Основные характеристики коттеджных поселков
в пригороде г.Казани

Параметр	Коттеджные поселки			
	Загородный клуб	Западная ореховка	Светлый	Казанская усадьба
Площадь застройки				
Стоимость 1 кв.м. (тыс.руб)				
Площадь объектов недвижимости (кв.м.)				
...				

Если все показатели, приведенные в графах таблицы, выражены в одной и той же единице физической величины, то ее обозначение допускается помещать в заголовке таблицы.

На все таблицы должны быть даны ссылки в тексте по типу: «в таблице 1», «таблица 1», «(табл. 1)», «(см. табл. 1)». Первая ссылка должны быть расположена

перед таблицей, на той же странице что и таблица, или на предыдущей. После таблицы должно быть краткое пояснение информации, представленной в таблице.

Допускается помещать таблицу в альбомной ориентации листа.

1.8. Порядок оформления иллюстраций

Иллюстрации нумеруются арабскими цифрами, например: «Рис. 1». Нумерация сквозная. В приложениях нумерация собственная.

Иллюстрации должны иметь наименование, которое должно располагаться под иллюстрацией, с выравниванием по центру, без отступов. Ниже наименования при необходимости могут быть приведены пояснительные данные, например: «По расчетам автора».

«Рис. 1. Объемы жилищного строительства в Республике Татарстан»

На все иллюстрации должны быть даны ссылки в тексте по типу: «на рисунке», «рисунок 1», «(рис. 1)», «(см. рис. 1)». Первая ссылка должна быть расположена перед иллюстрацией, на той же странице что и иллюстрация, или на предыдущей. После иллюстрации должно быть краткое пояснение информации, представленной в иллюстрации.

1.9. Порядок оформления приложений

Таблицы, иллюстрации вспомогательного характера необходимо помещать в приложения. Приложение оформляют как продолжение основной части на последующих ее листах. Каждое приложение следует начинать с новой страницы с указанием наверху справа слова «Приложение», после которого следует номер (арабскими цифрами). Если прилагается одно приложение, оно обозначается без номера.

Приложение должно иметь заголовок, который записывают с прописной буквы отдельной строкой, с выравниванием по центру. Каждому параграфу соответствует отдельное приложение. Страницы приложений должны иметь сквозную нумерацию. Все приложения должны быть перечислены в содержании документа с указанием их номеров и заголовков.

В основной части работы на все приложения должны быть даны ссылки, например: «в приложении 1», «(прилож. 1)», «(см. прилож. 1)».

1.10. Порядок оформления списка использованных источников

Список использованных источников формируется в соответствии с ГОСТ 7.1.-2008.

Список использованных источников размещается в конце (перед приложениями) и составляется в следующем порядке:

1. Рукописи диссертаций, авторефераты
2. Монографии, книги, учебные пособия
3. Периодические издания
4. Ресурсы сети Интернет

5. Электронные ресурсы

Внутри каждого раздела источники располагаются в алфавитном порядке. Образец оформления списка использованных источников приведён ниже.

Пример оформления списка использованных источников

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

Рукописи диссертаций, авторефераты

1. Гареев И.Ф. Оценка социально-экономической эффективности региональных жилищных программ (На примере Республики Татарстан). Рукопись диссертации на соискание учёной степени кандидата экономических наук. – Казань, 2005.

Монографии, книги, учебные пособия

2. Бессонова О.Э. Жильё: рынок и раздача. / Под ред. Т.И.Заславской – Новосибирск: Наука, 1993. – 159 с.

3. Оценка доступности приобретения жилья и ипотечных жилищных кредитов (на примере Москвы). Фонд «Институт экономики города». – М.: 2004. – 213 с.

Периодические издания

4. Гареев И.Ф. Повышение доступности жилья в рамках федеральной программы обеспечения жильем молодых семей // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. Научно-практический и теоретический журнал. – 2009. - №13. – С.24-27.

Ресурсы сети Интернет

5. Кредиты в рамках приоритетного национального проекта «Жилище» // «Ак Барс» Банк. URL: http://www.akbars.ru/person/credits/hypothec/young_family/(дата обращения: 24.05.2009).

Электронные ресурсы

6. О жилищных накопительных кооперативах [Электронный ресурс]: Федеральный закон №215-ФЗ от 30.12.2004 года. Доступ из справ.-правовой системы «Консультант-Плюс».

7. Сборник документов. Министерство по делам молодежи, спорту и туризму Республики Татарстан в 2008 году / Министерство по делам молодежи, спорту и туризму Республики Татарстан. - г.Казань, 2009. - CD-ROM. – Загл. с этикетки диска.

Количество источников в реферате должно быть не менее 20, в т.ч. рецензируемых изданий (журналы) – не менее 10.

Законченная работа должен пройти проверку на плагиат в системе antiplagiat.ru.

Для проверки файла с рефератом необходимо пройти регистрацию.

Вместе с работой преподавателю необходимо представить скриншот странички с antiplagiat.ru, в соответствии с образцом (рис.1).

Файл с работой должен включать фамилию студента и краткое название работы, например: «Иванова – Логистическая недвижимость».

Уровень оригинальности текста, ориентировочно, должен быть не ниже 50-60%. В зависимости от темы и специфики материала показатель оригинальности может различаться. Студент должен подготовить авторскую работу, по итогам анализа существующих источников. Источники информации – лишь в помощь, для получения собственных выводов по исследуемой теме.

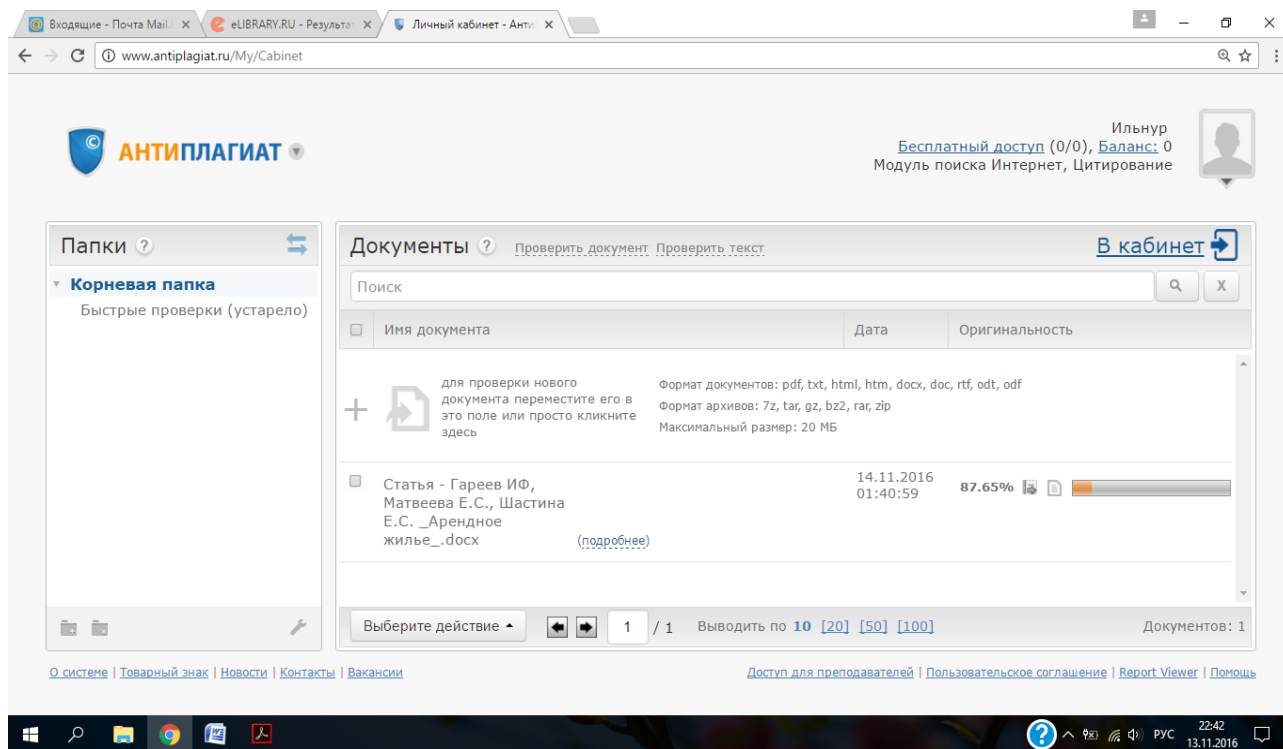


Рис.1. Скриншот результатов проверки на плагиат (antiplagiat.ru)

2. ОСНОВНЫЕ ТРЕБОВАНИЯ К СОДЕРЖАНИЮ

2.1. Сегменты рынка недвижимости

Выбор сегмента для проведения исследования осуществляется студентом произвольно, исходя из личных предпочтений, имеющейся практической деятельности в предметной области или в увязке с предстоящим дипломным проектированием. Примерные сегменты (темы) для проведения маркетинговых исследований представлены ниже.

1. Рынок первичной жилой недвижимости эконом-класса
2. Рынок первичной жилой недвижимости бизнес- и элит-класса
3. Рынок вторичной жилой недвижимости эконом-класса
4. Рынок вторичной жилой недвижимости бизнес- и элит-класса
5. Рынок коттеджных поселков
6. Поведение потребителей на рынке коттеджных поселков
7. Рынок арендной жилой недвижимости
8. Рынок складской недвижимости
9. Рынок логистических центров
10. Рынок торговой недвижимости (малые торговые центры)
11. Рынок торговой недвижимости (крупные торговые центры)
12. Рынок офисной недвижимости (класс А)
13. Рынок офисной недвижимости (класс В, С)
14. Рынок развлекательной недвижимости
15. Рынок городской гостиничной недвижимости
16. Рынок загородной гостиничной недвижимости
17. Рынок земельных участков
18. Рынок выставочно-ярмарочных помещений
19. Рынок многофункциональных комплексов
20. Рынок производственной недвижимости
21. Рынок кинотеатров
22. Рынок административно-производственных парков (технопарков)
23. Рынок рекреационной недвижимости
24. Рынок малоэтажной недвижимости из деревянных технологий
25. Рынок малоэтажной недвижимости из классических технологий

Также, для выполнения исследований студентами могут быть выбраны и другие сегменты рынка недвижимости, не представленные в данном перечне.

2.2. Составление и размещение «Резюме»

Резюме пишется в последнюю очередь после того, как маркетинговое исследование завершено и включает в себя основные идеи и выводы, к которым пришёл исследователь.

Структура резюме состоит из трёх частей:

1. Введение – включает в себя цели, задачи и кратко выраженную суть исследования.

2. Основное содержание – сжатое описание всех ключевых моментов исследования и его основных частей, оценку предложения, динамику и потенциал спроса, стоимостные показатели.

3. Заключение – сформированную вкратце концепцию успешного проекта, включающую описание основных способов действия на этом рынке.

Резюме должно быть кратким, обычно две страницы, но лучше, если резюме разместить на одну страницу. Резюме это ключевая часть исследования, она должна быть составлена так, чтобы у потенциального инвестора возник, как минимум, интерес к дальнейшему изучению документа, так и к реализации данного проекта.

В целом, основное содержание должно включать в себя следующую информацию:

- описание сегмента рынка недвижимости, его специфических особенностей, динамика развития в современных условиях;
- краткие сведения об участниках рынка недвижимости исследуемого региона;
- организационно-правовые схемы взаимоотношений участников рынка;
- структура и объем сложившегося предложения объектов недвижимости;
- характеристика спроса на помещения, здания и сооружения;
- инвестиционная привлекательность деятельности в данном сегменте (риски и доходность);
- модель стратегии развития на данном рынке;
- прогноз развития ситуации на рынке недвижимости.

Составляя резюме, необходимо помнить о том, что оно представляет собой полностью самостоятельный документ рекламного характера, который содержит главные положения исследования в целом. По тому, каким является резюме, будут судить и об исследовании. Вот почему так важно уделять ему достаточно внимания.

2.3. Структура «Описания исследования»

В данном разделе информация представлена с точки зрения того, как должно быть проведено и подготовлено заключение по результатам маркетингового исследования. В реферате студента, данный раздел должен строиться исходя из того, каким образом проводилось его исследование.

Маркетинговые исследования необходимо проводить ежеквартально. Это позволит:

- поквартально отслеживать, какие объекты недвижимости ушли с рынка, а какие вышли на рынок;
- понимать время экспозиции объектов и средние темпы продаж (сдачи в аренду);
- знать, как меняется цена на объекты недвижимости ежеквартально;
- следить, как меняется цена в зависимости от сезонности и стадии строительства.

Исследование позволяет оперативно решать стандартный набор задач, стоящий перед любым инвестором, застройщиком, девелопером или риэлтером:

- экспресс-оценка новых участков под застройку;
- анализ конкурентной среды;
- расчет доходной части и экономики строительных проектов;
- составление маркетинговой части задания на проектирование;
- обоснование целесообразности того или иного проекта для банков, соинвесторов и партнеров.

Маркетинговое исследование должно строиться на нескольких основных принципах:

1. Доступная подача информации. В текстах должна быть приведена только основная информация, дополненная таблицами и диаграммами

2. актуальные данные, отражающие реальное положение дел. В исследованиях надо опираться и на статистических данных, и на мнениях экспертов отрасли.

3. Профессиональная систематизация данных. При необходимости обрабатываются сотни страниц документов.

4. Структура рынка и прогноз развития рынка. Мощная база данных позволит строить достоверные прогнозы.

Целью исследования должен быть анализ сегмента рынка недвижимости по основным параметрам его функционирования.

В задачи исследования могут входить:

- анализ общего состояния рынка недвижимости;
- изучение сегментов рынка недвижимости;
- характеристика предложения;
- оценка сложившегося спроса на объекты недвижимости;
- выявление стоимостных параметров;
- рассмотрение структуры сегмента рынка недвижимости;
- изучение активности основных участников рынка недвижимости.

Объектом исследования являются все заявленные на рынке объекты недвижимости, строящиеся и предлагаемые к продаже в настоящий момент.

Предметом исследования выступают экономические отношения, складывающиеся в процессе оборота объектов недвижимости.

Методика проведения исследования рынка недвижимости предусматривает проведение полевых и кабинетных исследований.

1. Полевые исследования:

– прямой сбор первичной информации обо всех объектах недвижимости с помощью телефонных интервью застройщиков и уполномоченных риэлтеров, а также путем посещения объектов;

– создание уникальной базы данных объектов недвижимости и обработка исходной информации. Приведение данных обо всех объектах к единому формату в виде паспортов объектов, а также построение аналитических распределений и взаимозависимостей параметров;

2. Кабинетные исследования:

– получение информации через Интернет-порталы (сайты участников рынка и т. д.).

– использование официально опубликованной информации в специализированных и периодических изданиях.

Для «полевого» сбора маркетинговой информации применяются все основные количественные и качественные методы: личные интервью, опросы организаций, телефонные интервью, мониторинг рекламных материалов, глубинные интервью, фокус-группы, экспертные опросы, структурированные наблюдения, mystery shopping (таинственный покупатель), эксперименты, тесты и др.

Кабинетное исследование (“исследование за письменным столом”) – обработка существующей информации, данных, собранных ранее.

Иногда для решения проблемы заказчика бывает достаточно анализа уже собранной ранее информации.

К этому типу исследований обращаются в случае, если необходимо:

- получить общее представление о текущей рыночной ситуации;
- выявить актуальные тенденции и перспективы в развитии рынка;
- оперативно провести конкурентный анализ;
- структурировать изучаемый рынок;
- изучить важнейшие каналы сбыта и пути продвижения продукции;
- выявить объем и емкость рынка;
- проанализировать ценовую политику.

Кабинетное исследование может проводиться как первый этап работ, связанных с подготовкой исследования, с целью выявления общей ситуации на рынке, пустующих ниш, нуждающихся в углубленном изучении. При этом Кабинетное исследование может являться самостоятельным исследованием. Кабинетное исследование оптимально использовать для оценки инвестиционной привлекательности рынка, а также в качестве предварительного материала.

2.4. Разработка паспорта объекта недвижимости

Паспорт объекта (перечень всех доступных параметров):

– содержит наиболее полное описание параметров объектов недвижимости;

– необходим для более детального анализа различных аспектов рынка недвижимости (подробное представление о конкурирующих объектах, их сильных и слабых сторонах; позволяет выработать наиболее оптимальные параметры для нового дома в зависимости от его класса и расположения, и выработать наиболее адекватную ценовую политику по новому объекту);

– служит основой маркетингового задания на проектирование, закладывает основные потребительские свойства нового объекта недвижимости, а также позволяет провести примерную оценку экономики проекта.

Пример.

Паспорт объекта (на примере коттеджных поселков)

Название поселка / Название ЖК	Грюнвальд
--------------------------------	-----------

Направление	Сколковское
Удаленность, км	1
Ближайший населенный пункт	пос.Заречье
Элементы положительного окружения	лес, р.Сетунь
Площадь территории, га	4
Тип застройки	многоквартирные дома
Тип дома	монолит
Стадия строительства	внешняя отделка
Государственная комиссия	2 кв. 2009
Количество корпусов, шт.	13
Этажность	6
Количество секций, шт.	13 секций, по 1 секции в каждом доме
Количество квартир в доме / комплексе, шт.	229
Набор квартир	1-комнатные - 2 шт., 2-комнатные - 1 шт., 3-комнатные - 168 шт., 4-комнатные - 45 шт., 5-комнатные - 13 шт.
Площади квартир, кв.м.	от 60 до 200
1-комнатные	75
2-комнатные	73
3-комнатные	110-137
4-комнатные	167-169
5 и более комнат	215-334
Паркинг	надземный
Количество машиномест, шт.	343
Охраняемая территория	КПП, система охранного телевидения для постоянного контроля обстановки в режиме реального времени, цифровая запись информации со всех камер видеонаблюдения
Количество нежилых этажей, шт.	
Инфраструктура дома / жилого комплекса / поселка	спортивный комплекс с баней, бассейном и SPA-центром, благоустроенная зона отдыха вдоль набережной р.Сетунь, детские площадки
Обеспечение микроклимата	центральное кондиционирование
Планировка	свободная
Отделка квартир	без отделки, тройные стеклопакеты в деревянном профиле
Отделка фасада	натуральный керамический кирпич, натуральный камень и дерево, фасадные светильники расположены на стенах стилобата и на цокольных частях, входные группы в каждом доме выполнены по европейскому стандарту
Отделка зон общего пользования	дерево, натуральный камень, в том числе мрамор и гранит, в приквартирных холлах - живые растения
Высота потолков, м.	3,3
Примечания	на территории комплекса возводится 14 малоэтажных зданий: шестиэтажные жилые дома и спортивный комплекс, в квартирах система "умный дом", зимние сады и панорамное остекление; в пентхаусах предусмотрены каминный зал и выход на эксплуатируемую кровлю; вдоль границ комплекса устроена круговая прогулочная аллея, освещенная в темное время суток, разбиты цветники из многолетних и однолетних растений и высажены деревья различных пород; в комплексе предусмотрен паркинг, расположенный в стилобатной части, высота которого 4,5 м

2.5. Разработка технического задания на проведение исследования

Успех маркетингового исследования во многом зависит от того, как будет составлено техническое задание. Четкие формулировки позволят исполнителю разработать методику исследования, адекватную проблеме заказчика, а тому, в свою очередь, - быть уверенным в том, что исследование действительно решит его проблему. Кроме того, как уже отмечалось, это даст возможность сузить поле маркетингового исследования, что в конечном итоге повышает эффективность исследования и экономит средства заказчика.

Разработка технического задания на проведение масштабных маркетинговых кампаний - прерогатива консалтинговой фирмы.

Техническое задание должно содержать такую схему исследования, которая:

- будет эффективной с точки зрения соотношения затрат и стоимости получаемой информации,
- даст результаты требуемой точности и качества,
- сможет гарантировать получение результатов до того момента, когда заказчику нужно будет принять управленческое решение,
- предоставит результаты в наиболее удобном для использования виде.

Техническое задание должно содержать ряд ключевых элементов.

Следует подробно описать, каким образом будут использоваться результаты маркетингового исследования. Это необходимо сделать как для обоснования необходимости его проведения, так и для контроля адекватности результатов в дальнейшем, если заказчик вдруг решит, что ему пытаются навязать не то, что он «заказывал».

Необходимо составление маркетингового резюме. Здесь дается описание текущей ситуации на рынке и тенденций, влияющих на него. Описание истории вопроса в том виде, в каком она воспринимается заказчиком, позволяет добиться единства взглядов на рынок и цели исследования. В свою очередь, в дальнейшем это позволит избежать ситуации, когда программа исследования основывается на неверных предположениях исполнителя. В этом разделе необходимо также кратко изложить историю развития заказчика, значимые маркетинговые шаги, предпринятые в недавнем прошлом и оказывающие влияние на ее конкурентное положение, тенденции изменения спроса и т.п. Предоставление более подробной информации, необходимой для проведения исследования, должно регламентироваться соглашением о конфиденциальности. Кроме того, необходимо сформулировать задачу, для решения которой и проводится маркетинговое исследование. Такой задачей может быть вывод на рынок объекта недвижимости и т. д.

Важно указание конкретных (желательно, измеримые) целей, по степени достижения которых можно будет судить об эффективности исследования. Целей не должно быть много, обычно их не более трех.

Приводят описание критериев, выполнение которых позволит с большой долей уверенности принять то или иное управленческое решение. При этом необходимо указывать конкретное цифровое значение каждого критерия с учетом погрешностей, полученных в результате проведенного маркетингового исследования.

Разработка того или иного критерия диктуется конкретными целями исследования. В случае если на анализируемый предмет влияет несколько

известных факторов, критериев принятия управленческого решения также может быть несколько.

Требования к географии исследования формируются исходя из целей и методов исследования.

Необходимо четкое позиционирование того или иного продукта, информация о рынке которого собирается. В противном случае может получиться размытая картина, не отражающая реальной ситуации в том сегменте рынка, который интересует заказчика.

В большинстве случаев бюджет исследований ограничен. Таким образом удается избежать ситуации, когда исполнитель предлагает сложную, методически выверенную исследовательскую схему, которая с высоким уровнем надежности решает задачи исследования, но при этом затраты в несколько раз превосходят имеющийся объем средств. Обычно в данном разделе указывается верхний допустимый предел расходов на исследование.

Стандартной формой представления результатов является отчет, состоящий из 8-10 страниц текста и большого количества графического материала.

Необходимо указать, к какому сроку исследователь должен представить заказчику:

- предложение на проведение исследования,
- предварительные результаты исследования,
- окончательный отчет.

В целом, формат подготовки технического задания выбирается студентом самостоятельно, с учетом описанных выше рекомендаций. Допускается составление технического задания в упрощенной форме.

Типовое техническое задание на проведение исследования и разработку концепции Проекта по загородной малоэтажной застройке

Группа	Вопрос
1. Анализ социально-экономической среды	Анализ промышленного сектора, охватывающего группу предприятий или производств, влияющих на общую экономическую ситуацию в регионе
	Анализ политической ситуации в регионе
	Демографическая ситуация в регионе
	Механизмы улучшения жилищных условий для населения
	Сегментация рынка
	Уровень жизни и заработная плата населения
	Инвестиционный климат
2. Анализ спроса и предложения в районе расположения объекта	Конкурентная среда, наличие аналогичных или подобных проектов. Развитие альтернативных форматов загородной недвижимости
	Динамика изменения предложения подобных проектов в городе/районе:
	1. Структура предложения по трассам/направлениям
	2. Структура предложения по удаленности от центра Казани
	3. Структура предложения по размеру поселка
4. Структура предложения по типу строения	

Группа	Вопрос
	<p>5. Структура предложения по размеру дома</p> <p>6. Структура предложения по размеру земельного участка</p> <p>7. Структура предложения по общему количеству домов/участков в поселке</p> <p>8. Структура предложения по цене (динамика изменения стоимости объектов в коттеджных поселках, прогноз изменения стоимости на момент выхода объекта на рынок)</p> <p>9. Структура предложения по объекту продаж</p> <p>10. Структура предложения по степени готовности</p> <p>11. Структура предложения по стоимости эксплуатации</p> <p>12. Структура предложения по инфраструктуре</p> <p>Основные игроки рынка - ведущие девелоперы. Характеристика компаний</p> <p>Анализ спроса на объекты малоэтажной застройки:</p> <p>1. Структура спроса по типу жилья</p> <p>2. Структура спроса по площади жилья</p> <p>3. Структура спроса по ценам</p> <p>4. Структура спроса по районам</p> <p>В какой мере и в каких областях конкуренция или иные факторы могут представлять угрозу для проекта?</p> <p>Какие преимущества может получить проект в будущем, действуя в географически ограниченном пространстве?</p>
3. Анализ потребителей	<p>Количественный анализ потребителя - кол-во семей нуждающихся в улучшении жилищных условий</p> <p>Количественный анализ потребителя - кол-во семей желающих изменить качество жилищных условий (организованное загородное жилье, элитное, бизнес и эконом класс, индивидуальная застройка)</p> <p>Что покупается на рынке (недвижимость какого уровня имеет наибольшую популярность) и почему? Каковы мотивы покупки? (платежеспособность, уверенность в стабильности доходов и т.д.)</p> <p>Кто является покупателем, кто участвует в принятии такого решения? (качественный анализ потребителя - люди малого и среднего бизнеса, культурная и творческая элита, сотрудники больших промышленных предприятий и сырьевых комплексов, возможные мигранты из соседних районов и регионов, и т.д.)</p> <p>Социально-демографические критерии: индивидуальные (возраст, пол, доход, образование, профессия, размер семьи и т.д.)</p> <p>Психологические критерии (способность потребителей воспринимать новые технологии в жизни, в быту, в сфере обитания, их жизненные цели.)</p> <p>Когда покупают (процесс принятия решений, сезонность, необходимость, вложение свободных средств)?</p> <p>Отношение к возможности приобретения жилья с помощью ипотечного кредитования или иного способа</p>
4. Анализ банковских структур	<p>1. Возможности и интерес банков к развитию ипотечного кредитования в регионе</p> <p>2. Оценка выданных ипотечных кредитов (количество и в каких объемах на одного заемщика, наиболее популярные</p>

Группа	Вопрос
	суммы сроки займа)
5. Анализ каналов сбыта	1. Предпочтения покупки недвижимости через профессиональных риэлтеров или у застройщика 2. условия оплаты, продажа по факту, продажа с авансом, продажа в кредит, сложная схема оплаты
6. Анализ конкурентов	1. Как конкуренты используют свой маркетинговый инструментарий 2. Какие целевые группы (сегменты) потребителей они осваивают и насколько широко? 3. В каких сегментах они особенно сильны и где их слабые стороны? 4. Цели конкурентов? 6. Поведение конкурентов? 7. Особенно сильные и слабые стороны конкурентов?
7. Характер реакций	1. Удовлетворены ли конкуренты своим существующим положением? 2. Каких мер или действий можно ожидать от конкурентов? 3. Каковы уязвимые места конкурентов? 4. Каковы наиболее сильные реакции, ожидаемые со стороны конкурентов?
8. Концепция развития участка	маркетинговая концепция: 1. Базовые параметры проекта; 2. Определение портрета конечных пользователей проекта и/или групп потенциальных покупателей; 3. Позиционирование на рынке, классность объекта; 4. Определение конкурентного преимущества (оригинальные идеи); 5. Обоснование стоимости для всех типов предложенных в концепции объектов; 6. Коммерческие условия реализации помещений. Архитектурно-строительная концепция: 1. Рекомендации по проектным и планировочным решениям, которые позволят повысить будущую рыночную привлекательность застройки и его стоимость как инвестиционного актива; 2. поэтажные планы (цоколь, первый этаж, мансарда), разрезы; 3. Оригинальные индивидуальные архитектурно-строительные особенности комплекса; 4. Технологии и материалы, используемые при строительстве; 5. Определение этажности. Высота потолков; 6. Рекомендации по организации людских и транспортных потоков на территории комплекса; 7. Фасады зданий; 8. Инженерно-технические характеристики комплекса; 9. Организация парковки и гостевой стоянки. Благоустройство. Эксплуатация. Управление зданием. 1. Планирование благоустройства территории по объемам и срокам; 2. Эксплуатация и управление жилым комплексом.

Группа	Вопрос
	Организация продаж. Программа по реализации объектов недвижимости. 1. Стратегия продаж и программа продаж; 2. Стратегия коммуникаций; 3. Рекламная политика и программа PR-мероприятий.
ВЫВОДЫ	1. Каковы сильные и слабые стороны проекта?
	2. Прогнозируемая маркетинговая информация?
	3. Выводы, возможности и риски.

2.6. Структура маркетинговых исследований по сегментам рынка недвижимости

Рынок офисной недвижимости

Содержание

1. Выводы по результатам исследования
2. Описание исследования
3. Общая ситуация на рынке офисной недвижимости
4. Объем предложения на рынке офисной недвижимости Казани
 - 4.1. Структура рынка офисной недвижимости по классам
 - 4.2. Структура рынка офисных площадей по районам Казани
 - 4.3. Ценовая ситуация: стоимость продажи и ставки аренды офисных помещений по видам и районам Казани
 - 4.4. Цена продажи офисных площадей по районам Казани
 - 4.5. Цена аренды офисных площадей по районам Казани
 - 4.6. Факторы, влияющие на цены
 - 4.7. Парковка (количество машино-мест, стоимость аренды машино-места)
 - 4.8. Типы планировок
 - 4.9. Техническое оснащение
 - 4.10. Виды систем кондиционирования
 - 4.11. Наличие систем автономного отопления
 - 4.12. Наличие систем пожаротушения
 - 4.13. Наличие систем автономного электроснабжения
5. Спрос на рынке офисной недвижимости
 - 5.1. Запросы офисных помещений по районам Казани
 - 5.2. Запросы офисных помещений по классам
 - 5.3. Запросы офисных помещений по площади
 - 5.4. Запросы офисных площадей по ставкам аренды
 - 5.5. Запросы офисных площадей по наличию дополнительных услуг
 - 5.6. Характеристика компаний – арендаторов офисных помещений
 - 5.7. Удовлетворенность офисными помещениями
 - 5.8. Предпочтения респондентов относительно класса и размера офисных помещений
6. Перечень застройщиков, работающих в сегменте строительства бизнес-центров

7. Инвестиционная привлекательность строительства офисных помещений в Казани

В исследовании могут быть представлены таблицы и рисунки:

1. Существующие офисные центры Казани
2. Строящиеся офисные центры Казани
3. Распределение по районам офисных площадей строящихся офисных центров, %
4. Планируемые к строительству офисные центры Казани
5. Реконструируемые офисные комплексы Казани
6. Действующие офисные центры по районам Казани
7. Изменение объема офисных площадей в офисных комплексах по районам Казани
8. Классификация существующих офисных центров Казани
9. Распределение офисных площадей в существующих центрах по районам Казани
10. Цена продажи офисных площадей на открытом рынке по районам Казани и размеру площадей
11. Ставка аренды офисных помещений по районам Казани
12. Распределение офисных площадей в реконструируемых центрах по районам Казани
13. Уровень заполняемости офисных центров в зависимости от класса, %
14. Распределение спроса по размеру площадей
15. Арендные ставки в зависимости от уровня заполняемости, руб./кв.м.
16. Уровень арендных ставок в востребованных офисных комплексах
17. Уровень арендных ставок в офисных комплексах со средним уровнем востребованности
18. Уровень арендных ставок в офисных комплексах с уровнем востребованности ниже среднего
19. Распределение офисных центров по уровню востребованности, %
20. Соотношение аренды и продажи в небольших офисных помещениях, %
21. Динамика цены продажи офисных помещений на открытом рынке по районам Казани, тыс. руб./кв.м.
22. Динамика изменения ставки аренды офисных помещений по районам Казани, руб./кв.м.
23. Динамика изменения средних запрашиваемых площадей на открытом рынке, кв.м.
24. Эксплуатационные расходы
25. Арендные ставки на наземную и подземную парковку
26. Инженерия
27. Минимальный срок аренды
28. Предоплата
29. Парковка
30. Количество машино-мест, предоставляемых арендаторам
31. Стоимость аренды машино-места на подземной парковке
32. Стоимость аренды машино-места на наземной (надземной) парковке
33. Наличие кухни в офисных блоках

34. Наличие санитарных помещений в офисных блоках
35. Наличие конференц-зала
36. Наличие кафе
37. Наличие банкомата

Рынок технопарков Республики Татарстан

Содержание

1. Выводы по результатам исследования
2. Описание исследования
3. Классификация технопарков
 - 3.1. Административно-производственные комплексы
 - 3.2. Офисно-производственные комплексы
 - 3.3. Офисно-складские комплексы
4. История развития технопарков в России
5. Инновационный технопарк «Идея»
 - 6.1. Инновационный бизнес-инкубатор
 - 6.2. Инновационно-технологический центр
 - 6.3. Бизнес-парк
 - 6.4. Проекты технопарка
 - 6.5. Программы и конкурса
 - 6.6. Венчурная ярмарка
6. Индустриальный парк «Химград»
 - 7.1. Задачи технополиса
 - 7.2. Расположение технополиса
 - 7.3. Преимущества технополиса
 - 7.4. Парк высоких технологий
 - 7.5. Модульное здание
 - 7.6. План технополиса
 - 7.7. Зоны технополиса
 - 7.8. Функциональное зонирование
 - 7.9. Зоны перспективного развития
 - 7.10. Транспортная схема
 - 7.11. Условия размещения и аренды площадей
 - 7.12. Резиденты технополиса
 - 7.13. Инвестиции в технополис
 - 7.14. Управление технополисом
7. ОАО «Камский индустриальный парк «Мастер»
 - 8.1. Специализация
 - 8.2. Площади под офисные и производственные помещения
 - 8.3. Основные преимущества
 - 8.4. Услуги парка
8. Инновационно-производственный технопарк «Идея-Юго-Восток»
 - 9.1. Целевые отрасли промышленности
 - 9.2. Специализация технопарка

- 9.3. Площади
- 9.4. Инфраструктура парка
- 9.5. Ключевые проекта технопарка
- 9.6. Количество резидентов

В исследовании могут быть представлены таблицы и рисунки:

1. Распределение предложения технопарков по преобладающей функции
2. Распределение предложения технопарков по району Казани
3. Распределение предложения площадей технопарков по договору аренды/продажи
4. Диапазон арендных ставок на предложение складских, производственных и офисных помещений
5. Распределение предложения технопарков по общей площади комплекса
6. Распределение предложения технопарков по общей офисной площади комплекса
7. Распределение предложения технопарков по свободной площади под аренду/продажу
8. Распределение предложения офисно-производственных помещений по общей площади комплекса
9. Распределение предложения технопарков по наличию транспортных подъездов
10. Распределение предложения технопарков этажности зданий, находящихся на территории комплекса
11. Распределение предложения площадей офисно-производственных комплексов по договору аренды/продажи
12. Распределение офисно-производственных помещений по высоте потолков
13. Распределение офисно-производственных помещений по техническим характеристикам
14. Перечень технопарков, существующих и строящихся в Республике Татарстан
15. Перечень управляющих компаний и собственников технопарков

Рынок складских помещений

Содержание

1. Резюме
2. Технологические характеристики исследования
3. Анализ транспортно-логистической инфраструктуры города и описание грузовых потоков, проходящих через Казань
 - 3.1. Основные транспортные артерии Казани (автомобильные магистрали; железнодорожные ветки; речные артерии)
 - 3.2. Доля грузопотока, оседающего в Казани
 - 3.3. Доля грузопотока, проходящего через Казань транзитом
 - 3.4. Товарная структура грузопотока, проходящего через Казань

4. Классификация складских помещений. Их особенности и принципы построения.
 - 4.1. Склады
 - 4.2. Складские комплексы
 - 4.3. Логистические парки
5. Ключевые тенденции развития рынка складской недвижимости Казани
 - 5.1. Рост спроса на складскую недвижимость со стороны международных фирм
 - 5.2. Появление западных игроков рынка недвижимости (инвесторов, девелоперов, заказчиков)
 - 5.3. Развитие крупных сетевых проектов
 - 5.4. Основные характерные особенности и параметры (площадь застройки, площади офисных помещений и др.)
 - 5.5. Строительство по схеме built-to-suit
 - 5.6. Усиление клиентоориентированности при возведении новых объектов
 - 5.7. Рост сроков аренды
6. Основные участники рынка и их проекты
7. Объем и структура предложения складских помещений в Казани
 - 7.1. Ценовая политика на рынке складской недвижимости: стоимость продажи и ставки аренды складских помещений по видам и районам Казани
 - 7.2. Предложение складских помещений в зависимости от месторасположения объекта от Казани
 - 7.3. Перечень складских услуг в складских комплексах (ответственное хранение, погрузочно-разгрузочные работы, сортировка груза, комплектование и отправка, утилизация груза, прием возврата груза от грузополучателя)
8. Тенденции спроса на рынке складских помещений Казани
 - 8.1. Существующий и ожидаемый спрос, включая динамику за последние 3 года
 - 8.2. Спрос по районам Казани
 - 8.3. Средние запросы на помещения в аренду/приобретение помещений (количество кв.м.)
 - 8.4. Структура спроса в зависимости от сферы деятельности фирмы
 - 8.5. Характеристика основных групп арендаторов/покупателей складской недвижимости класса «А», «В». Анализ основных источников спроса на складские помещения
 - 8.6. Предпочтения потребителей, влияющие на выбор складских помещений (стоимость аренды, объем услуг, шаг колонн, расстояние между пролетами, покрытие пола, число ворот и др.)
9. Основные участники рынка складской недвижимости Казани
 - 9.1. Компании-инвесторы на рынке складской недвижимости Казани
 - 9.2. Компании-девелоперы на рынке складской недвижимости Казани
 - 9.3. Логистические компании и складские операторы на рынке складской недвижимости Казани
 - 9.4. Управляющие, риэлтерские и консалтинговые компании Казани
 - 9.5. Арендаторы складских помещений и конечные потребители складских услуг
10. Инвестиционная привлекательность рынка складской недвижимости Казани
 - 10.1. Факторы, способствующие инвестиционной активности в складском секторе

- 10.2. Инвестиционные риски в секторе складской недвижимости
- 10.3. Цены на строительство складских помещений
- 11. Прогноз развития ситуации на рынке складских помещений
 - 11.1. Факторы, сдерживающие развитие рынка
 - 11.2. Основные тенденции на рынке
 - 11.3. Пустующие ниши на рынке складских помещений

В исследовании могут быть представлены таблицы и рисунки:

1. Паспорта складских комплексов, расположенных в
2. Структура регионального складского рынка, тыс. кв. м
3. Карта распределения объемов складских площадей по географическим направлениям
4. Профиль арендаторов на рынке складских площадей Казани %
5. Доля качественных складов, сдаваемых в аренду в 2004 и 2010 гг. %
6. Предложение складских площадей в Казани, тыс. кв. м
7. Распределение предложения складской недвижимости по классам
8. Распределение спроса по величине арендуемой площади в Казани
9. Динамика средних арендных ставок по классам
10. Зависимость ставок от сроков аренды и арендуемой площади, \$/кв. м/год
11. Структура предложения вакантных площадей по районам Казани, %
12. Структура предложения по размеру складских помещений в Казани, %
13. Этажность складских помещений
14. Высота потолков складских помещений
15. Максимальная нагрузка на пол в складских помещениях
16. Температурные режимы в складских помещениях
17. Техническое оборудование складских помещений (лифты, подъемники, пандусы и т.д.)
18. Требуемое число погрузочно-разгрузочных ворот
19. Глубина склада
20. Технология хранения
21. Размер зоны маневрирования
22. Наличие в складских комплексах офисных помещений
23. Минимальные арендные площади
24. Максимальные арендные площади
25. Телекоммуникационное оборудование складских комплексов.

Рынок торговых помещений

Содержание

1. Резюме
2. Концепция исследования
3. Тенденции, перспективы и возможные пути развития рынка торговой недвижимости
 - 3.1. Тенденции рынка
 - 3.2. Перспективы рынка
 - 3.3. Многофункциональные комплексы

- 3.4. Изменение принципов ценообразования
- 3.5. Магазины шаговой доступности
- 3.6. Реконцепции торговых комплексов
4. Анализ предложения на рынке торговой недвижимости
 - 4.1. Классификация торговых площадей
 - 4.2. Рейтинг торговых комплексов Казани
 - 4.3. Объем предложения на рынке торговой недвижимости Казани
 - 4.4. Обеспеченность населения торговыми площадями
 - 4.5. Структура рынка торговых площадей по видам
 - 4.6. Структура рынка торговых площадей по районам Казани
 - 4.7. Ценовая ситуация: стоимость продажи и ставки аренды торговых помещений по видам и районам Казани
 - 4.8. Крупные локальные девелоперы торговой недвижимости Казани
5. Спрос
 - 5.1. Макроэкономические факторы потребительского спроса
 - 5.2. Запросы торговых помещений по районам Казани
 - 5.3. Запросы торговых помещений по классам
 - 5.4. Запросы торговых помещений по площади
 - 5.5. Запросы торговых помещений по стоимости продажи
 - 5.6. Запросы торговых помещений по ставкам аренды
 - 5.7. Цена аренды торговых площадей (для торговли, фаст-фуда, развлечений)
 - 5.8. Присутствие крупных федеральных игроков (девелоперов), наиболее крупных локальных девелоперов
6. Инвестиционная привлекательность создания торгового центра в Казани

В исследовании могут быть представлены таблицы и рисунки:

1. Среднемесячная заработная плата в Казани
 2. Реальная заработная плата в Казани
 3. Оборот розничной торговли в Казани
 4. Динамика обеспеченности населения торговыми площадями торговых комплексов, кв.м./тыс. чел.
 5. Распределение по классам торговых площадей торговых центров Казани
 6. Ставка аренды торговых помещений по районам Казани
 7. Строительство новых торговых центров
 8. Крупные торговые операторы, представленные в Казани
 9. Компании, заявившие о строительстве торговых площадей
 10. Уровень заполняемости торговых комплексов по районам Казани
 11. Уровень заполняемости торговых комплексов в зависимости от класса
 12. Арендные ставки в зависимости от уровня заполняемости, руб./кв.м.
- Распределение торговых комплексов по посещаемости, %
13. Распределение факторов, влияющих на выбор торгового комплекса для посещения, %
 14. Динамика изменения объема торговых площадей в торговых комплексах, кв.м.
 15. Общие площади торговых центров
 16. Площади, сдаваемые в аренду

17. Минимальные площади, сдаваемые в аренду
18. Максимальные площади, сдаваемые в аренду
19. Торговая площадь, занимаемая основными арендаторами
20. Специализация деятельности арендаторов
21. Минимальные арендные ставки
22. Максимальные арендные ставки
23. Этажность торговых центров
24. Наличие у торговых центров собственной парковки
25. Наличие в торговых центрах лифта или эскалатора
26. Наличие в торговых центрах фуд-корта
27. Управление торговыми центрами
28. Торговые центры с площадью 1 000 - 5 000 кв.м.
29. Торговые центры с площадью 5 000 - 10 000 кв.м.
30. Торговые центры с площадью свыше 10 000 кв.м
31. Паспорта крупнейших торговых центров (название и тип объекта; расположение; адрес; ближайшая станция метро; размеры арендуемых помещений; архитектурные особенности здания; общая площадь здания; арендная площадь здания; этажность; тип, емкость и условия парковки; лифтовое оборудование; форма управления (собственник или управляющая компания); список арендаторов; якорные арендаторы; условия аренды; ставка аренды; тип аренды; срок аренды; предоплата).

Рынок развлекательной недвижимости

Содержание

1. Выводы
2. Описание исследования
3. Обзор рынка развлекательной недвижимости Казани
4. Зоны пассивного отдыха (кинотеатры)
5. Зоны активного отдыха Казани
 - 5.1. Бильярд-клубы
 - 5.2. Пейнтбол-клубы
 - 5.3. Боулинг-клубы
 - 5.4. Парашютный спорт
6. Крыто-открытые спортивные зоны
 - 6.1. Картинг-клубы
 - 6.2. Зимние виды спорта
 - 6.3. Ледовые катки
 - 6.4. Конноспортивные клубы
7. Спортивно-оздоровительные зоны
 - 7.1. Фитнес-центры
 - 7.2. Теннисные корты
 - 7.3. Бассейны
 - 7.4. Гольф-клубы
8. Анализ спроса
 - 8.1. Анализ данных опроса потенциальных потребителей

- 8.2. Основные выводы из анализа результатов опроса
- 8.3. Оценка совокупного спроса на качественные объекты недвижимости
- 9. Инвестиционная привлекательность создания развлекательных заведений с активными зонами отдыха
- 10. Тенденции и перспективы развития рынка развлекательной недвижимости

Рынок первичной жилой недвижимости

Содержание

- 1. Резюме
- 2. Описание исследования
- 3. Общее положение на рынке первичной жилой недвижимости Казани
- 4. Состояние строительного комплекса
- 5. Классификация первичной жилой недвижимости в Казани
- 6. Объемы строительства жилья в Казани
 - 6.1. Распределение рассматриваемых новостроек по районам Казани
 - 6.2. Тип строительства (точечное, комплексное)
 - 6.3. Строительство новых микрорайонов
 - 6.4. Этажность новостроек
 - 6.5. Количество секций в исследуемых домах
 - 6.6. Количество квартир в строящихся домах
 - 6.7. Производители лифтов, установленных в исследуемых домах
 - 6.8. Типы квартир
 - 6.9. Ценовой анализ
 - 6.10. Параметры квартир (площади)
 - 6.11. Параметры квартир в монолитно-кирпичном доме
 - 6.12. Параметры квартир в панельном доме
 - 6.13. Доверие строительным компаниям (застройщикам)
 - 6.14. Стоимость квартир различных классов на первичном рынке
- 7. Организационно-правовые схемы реализации жилья
 - 7.1. Долевого участия в строительстве
 - 7.2. Инвестирование в строительство жилого дома
 - 7.3. Инвестирования пая ЖСК
 - 7.4. Заключение предварительных договоров купли-продажи
- 8. Основные участники первичного рынка жилой недвижимости Казани
- 9. Спрос
 - 9.1. Цель приобретения недвижимости
 - 9.2. Стадия отделки при покупке
 - 9.3. Свободная планировка
 - 9.4. Стадия строительства
 - 9.5. Ипотечное кредитование
 - 9.6. Наличие паркоместа, стоимость покупки и эксплуатации
 - 9.7. Доверие застройщикам
 - 9.8. Предпочтения потребителей в различных сегментах жилой недвижимости
- 10. Основные выводы по тенденциям на рынке первичной жилой недвижимости

11. Прогноз развития рынка первичной жилой недвижимости Казани

12. Паспорта рассматриваемых объектов

В исследовании могут быть представлены таблицы и рисунки:

1. Динамика строительства жилья в Казани
2. Динамика строительства жилья по районам Казани
3. Распределение новостроек по районам Казани
4. Соотношение по типу строительства
5. Соотношение по этажности новостроек
6. Новостройки переменной этажности
7. Соотношение по типу квартир
8. Стоимость 1 кв.м. в зависимости от типа дома и срока сдачи дома
9. Стоимость 1 кв.м. в монолитно-кирпичном доме в зависимости от типа квартиры и срока сдачи дома
10. Стоимость 1 кв.м. в панельном доме в зависимости от типа квартиры и срока сдачи дома
11. Стоимость недвижимости по районам Казани
12. Площадь 1к.кв. (в панельном и монолитно-кирпичном доме)
13. Площадь 2к.кв. (в панельном и монолитно-кирпичном доме)
14. Площадь 3к.кв. (в панельном и монолитно-кирпичном доме)
15. Площадь 4к.кв. (в монолитно-кирпичном доме)
16. Размер кухни
17. Наличие балкона/лоджии
18. Наличие второго санузла
19. Наличие вспомогательных помещений
20. Схема покупки недвижимости
21. Средства при покупке
22. Размер ежемесячных платежей при использовании кредита
23. Требования к видовым характеристикам
24. Средняя экспозиция по районам, квартирам на первичном рынке, количество недель «эконом» - класса
25. Средняя экспозиция по районам, квартирам на первичном рынке, количество недель «бизнес» - класса
26. Средняя экспозиция по районам, квартирам на первичном рынке, количество недель класса «элита»
27. Зоны регенерации жилья
28. Структура предложения квартир на первичном рынке по классности, %
29. Структура предложения по количеству квартир на первичном рынке по количеству комнат, %
30. Средние цены на квартиры на первичном рынке по районам Казани, руб./ кв. м.
31. Распределение предложения квартир на первичном рынке в зависимости от местоположения

Содержание

1. Выводы
2. Описание исследования
3. Характеристика населения и жилищного фонда Казани
4. Основные тенденции в развитии вторичного рынка жилья Казани
5. Обеспеченность населения Казани жильем
6. Анализ предложения на рынке вторичной жилой недвижимости Казани
 - 6.1. Количество сделок на рынке вторичного жилья Казани
 - 6.2. Динамика цен на вторичном рынке жилья Казани (многоквартирные дома)
 - 6.3. Анализ распределения квартир по числу комнат
 - 6.4. Анализ распределения квартир по районам
 - 6.5. Анализ распределения квартир по типам домов
 - 6.6. Анализ средней цены предложения 1 кв.м в целом по выборке
 - 6.7. Зависимость средней цены предложения на вторичном рынке жилья от числа комнат
 - 6.8. Зависимость средней цены предложения на вторичном рынке жилья от местоположения дома
 - 6.9. Зависимость средней цены предложения на вторичном рынке жилья от типа дома
 - 6.10. Зависимость средней цены предложения на вторичном рынке жилья от типа дома, числа комнат и района
7. Анализ спроса на рынке вторичной жилой недвижимости Казани
 - 7.1. Цель приобретения недвижимости
 - 7.2. Тип недвижимости
 - 7.3. Стоимость квартиры
 - 7.4. Ранее приобретенная недвижимость
 - 7.5. Вид объекта недвижимости
 - 7.6. Количество комнат
 - 7.7. Тип дома
 - 7.8. Площадь квартиры/комнаты
 - 7.9. Важность параметров при выборе недвижимости
 - 7.10. География объектов недвижимости
 - 7.11. Приемлемое количество квартир на этаже
 - 7.12. Размер кухни
 - 7.13. Наличие балкона/лоджии
 - 7.14. Наличие второго санузла
 - 7.15. Наличие вспомогательных помещений
 - 7.16. Схема покупки
 - 7.17. Средства при покупке
 - 7.18. Использование ипотеки
 - 7.19. Размер ежемесячных платежей по кредиту
 - 7.20. Готовность купить паркоместо
 - 7.21. Приемлемая стоимость паркоместа
 - 7.22. Приемлемая ставка аренды паркоместа
 - 7.23. Источники информации при выборе объекта недвижимости
 - 7.24. Способ поиска объекта недвижимости
 - 7.25. Количество просмотренных объектов

- 7.26. Доверие агентствам недвижимости
- 7.27. Количество посещенных агентств/компаний
- 7.28. Удовлетворенность работой агентств/компаний
- 7.29. Критерии выбора агентства
- 7.30. Требования к видовым характеристикам
- 8. Основные участники вторичного рынка жилой недвижимости

В исследовании могут быть представлены таблицы и рисунки:

- 1. География недвижимости
- 2. Размер кухни
- 3. Наличие балкона/лоджии
- 4. Наличие второго санузла
- 5. Наличие вспомогательных помещений
- 6. Схема покупки недвижимости
- 7. Средства при покупке
- 8. Размер ежемесячных платежей при использовании кредита
- 9. Средняя экспозиция по районам, квартирам на вторичном рынке, количество недель «эконом» - класса
- 10. Средняя экспозиция по районам, квартирам на вторичном рынке, количество недель «бизнес» - класса
- 11. Средняя экспозиция по районам, квартирам на вторичном рынке, количество недель класса «элита»

Рынок коттеджных поселков

Содержание

- 1. Резюме
- 2. Описание исследования
- 3. Характеристика населения и жилищного фонда Казани
- 4. История развития рынка коттеджных поселков
- 5. Основные направления пригорода Казани
 - 5.1. История развития основных направлений
 - 5.2. Характеристика инфраструктуры
 - 5.3. Транспортная доступность
 - 5.4. Экологическая ситуация
- 6. Рынок коттеджных поселков Казани
 - 6.1. Классификация коттеджных поселков
 - 6.2. Емкость рынка в количественном и в стоимостном выражении
 - 6.3. Количество коттеджных поселков в динамике за последние годы
 - 6.4. Основные концептуальные характеристики коттеджных поселков
 - 6.5. Основные принципы ценообразования
- 7. Основные характеристики коттеджных поселков Казани
 - 7.1. Удаленность коттеджных поселков от Казани
 - 7.2. Соотношение количества коттеджей и таунхаусов в коттеджных поселках
 - 7.3. Стоимость домов с земельными участками в коттеджных поселках
 - 7.4. Площади домов в коттеджных поселках
 - 7.5. Размеры земельных участков в коттеджных поселках

- 7.6. Материал строительства домов в коттеджных поселках
- 7.7. Варианты предложений строительства домов в коттеджных поселках
- 7.8. Насыщенность инфраструктурой коттеджных поселков
- 7.9. Общие площади коттеджных поселков
- 7.10. Количество домовладений в коттеджных поселках
- 7.11. Типы продаж земельных участков (с подрядом/без подряда) в коттеджных поселках
- 7.12. Оценка качества охраны в коттеджных поселках
- 7.13. Наличие телефона и Интернет в коттеджных поселках
- 7.14. Размеры эксплуатационных расходов в коттеджных поселках
- 7.15. Процентное соотношение коттеджных поселков, расположенных рядом с водоемами и расположенных вдали от них
- 7.16. Показатели газификации коттеджных поселков
- 7.17. Виды канализационных систем в коттеджных поселках
- 7.18. Процентное соотношение количества коттеджных поселков, расположенных по основным шоссе
8. Основные игроки на рынке коттеджных поселков
9. Прогнозы и тенденции на рынке коттеджных поселков
10. Паспорта коттеджных поселков

В исследовании могут быть представлены таблицы и рисунки:

1. Распределение коттеджных поселков по качеству подъездных путей
2. Распределение коттеджных поселков по степени удаленности от водоемов
3. Распределение коттеджных поселков по используемому для строительства коттеджей материалу
4. Распределение коттеджных поселков по площади объектов
5. Разброс предложения коттеджей по размеру сопутствующего земельного надела
6. Разброс цен на землю в коттеджных поселках
7. Разброс цен на дома в коттеджных поселках
8. Распределение долей основных игроков рынка коттеджных поселков
9. Цели покупки домов в коттеджных поселках
10. Требования к участку домов в коттеджных поселках
11. Параметры сравнения участков домов в коттеджных поселках
12. Требования к дому в коттеджных поселках
13. Параметры сравнения домов в коттеджных поселках
14. Объем затрат на покупку домов в коттеджных поселках
15. Методы поиска объектов недвижимости в коттеджных поселках
16. География объектов недвижимости в коттеджных поселках
17. Среднемесячный доход (потенциального) покупателя дома в коттеджных поселках
18. Известность строительных компаний
19. Цели покупки домов в коттеджных поселках
20. Стадия готовности дома
21. География объектов
22. Удаленность от Казани

Поведение потребителей на рынке коттеджных поселков

Содержание

1. Выводы по результатам исследования
2. Описание исследования
3. Рынок коттеджных поселков Казани
 - 3.1. Классификация коттеджных поселков
 - 3.2. Емкость рынка в количественном и в стоимостном выражении
 - 3.3. Количество коттеджных поселков в динамике за последние годы
 - 3.4. Основные концептуальные характеристики коттеджных поселков
 - 3.5. Основные принципы ценообразования
4. Изучение потенциального спроса на объекты
 - 4.1. Известность агентств недвижимости
 - 4.2. Желаемые схемы покупки (полная оплата, ипотека)
 - 4.3. Известность строительных компаний
 - 4.4. Цели покупки загородной недвижимости
 - 4.5. Требования, предъявляемые к участку
 - 4.6. Параметры сравнения участков
 - 4.7. Требования, предъявляемые к дому (этажность, площадь, материал и др.)
 - 4.8. Параметры сравнения домов
 - 4.9. Объем затрат при покупке объекта недвижимости
 - 4.10. Методы поиска объектов
 - 4.11. География объектов недвижимости
 - 4.12. Примерный социальный портрет покупателей коттеджей
5. Изучение привлекательности территорий для малоэтажной застройки
6. Формирование привлекательной концепции проекта

Рынок земельных участков

Содержание

1. Резюме
2. Описание исследования
3. Общая информация о земельном фонде Казани
 - 3.1. Основные тенденции и перспективы
 - 3.2. Состояние окружающей среды
 - 3.3. Соотношение жилой и нежилой застройки,
 - 3.4. Плотность населения,
 - 3.5. Застроенность территорий
 - 3.6. Транспортная оснащенность и инженерная подготовленность,
 - 3.7. Рейтинг районов по объемам новой застройки
4. Проблемы развития земельного рынка
 - 4.1. Отсутствие исчерпывающей информации о конъюнктуре рынка;
 - 4.2. Большие затраты времени;
 - 4.3. Непрозрачность земельного рынка;
 - 4.4. Завышенная в несколько раз цена участка на вторичном рынке;

- 4.5. Искаженность земельной информации;
- 4.6. Юридическая чистота объекта инвестирования;
- 4.7. Не приемлемые для инвестора условия продавцов земельных участков и т.д.
5. Предложение на рынке
 - 5.1. Структура земельного фонда по категориям по районам Казани
 - 5.2. Рыночные цены продаж земельных участков под жилищное строительство в зависимости от характеристик (направление, удаленность от города, площадь, природное окружение, наличие коммуникаций)
 - 5.3. Емкость рынка земельных участков под жилищное строительство
 - 5.4. Условия для заключения договоров на инвестиционных условиях
6. Состояние строительного бизнеса
 - 6.1. Основные игроки и доля в распределении земельных участков под строительство жилья, занимаемая ими
 - 6.2. Прогноз доходности по отдельным сегментам жилищного строительства
7. Спрос на земельные участки
 - 7.1. «Социальный портрет» потенциального покупателя участка
 - 7.2. Структура спроса на земельные участки на рынке
 - 7.3. Рейтинг районов по спросу на жилье от потенциальных покупателей
8. Оценка и прогноз объемов земельных ресурсов, которые могут поступить в оборот из различных источников в настоящее время и в течение нескольких лет
9. Вопросы перевода земель сельскохозяйственного и промышленного назначения, практика и нынешнее состояние
10. Перспективы увеличения емкости рынка
11. Наилучшее предложение земельного участка под девелоперские проекты
 - 11.1. Выбор земельного участка под застройку
 - 11.2. Определение интересующего типа инвестиционного объекта
 - 11.3. Разработка концепций проекта
12. Приложения

Рынок выставочно-ярмарочных помещений Казани

Содержание

1. Резюме
2. Концепция исследования
3. Обзор выставочного рынка города Казани
4. Рынок делового туризма
 - 4.1. Индивидуальный туризм
 - 4.2. Конгресс-туризм (Congresses)
 - 4.3. Выставочный туризм (Exhibitions/Events)
5. Классификация выставочно-ярмарочной деятельности
6. Основные выставочные площадки Казани
 - 6.1. ОАО «Казанская ярмарка»
 - 6.2. ТРК «Корстон»
 - 6.3. ДК «Строителей»
 - 6.4. ДК «Химиков» и др.

- 6.5. Конкурентный анализ. Основные параметры конкуренции
7. Основные тематики выставок, проводимых в Казани
8. Календари выставок основных выставочных центров Казани
9. Наполняемость основных выставок Казани
10. Основные участники выставочного бизнеса Казани
11. Общие условия участия в выставках
 - 10.1. Основные сервисные услуги, оказываемые компаниям-экспонентам на выставках
 - 10.2. Примерные ставки на аренду выставочных помещений по профильным выставкам
 - 10.3. Аренда помещений для различных мероприятий
 - 10.4. Ставки на услуги по информационной и технической поддержке
12. Среднестатистические посетители выставок
13. Рекламная активность участников выставочного рынка
14. Основные тенденции и перспективы рынка выставочного рынка
15. Обобщающие выводы и рекомендации
16. Паспорта выставочных помещений

В исследовании могут быть представлены таблицы и рисунки:

1. Количество проведённых и планируемых выставок в каждом из выставочных центров с разбивкой по месяцам
2. Тематическая направленность каждой их выставок
3. Сравнение выставочных центров по количеству проведённых выставок
4. Средняя продолжительность выставок (дней)
5. Специализированные и научно-технические выставки (% от общего числа выставок)
6. Продукты питания (% от общего числа выставок)
7. Спорт, охота, рыбалка (% от общего числа выставок)
8. Строительство (% от общего числа выставок)
9. Культура, религия, образование, искусство (% от общего числа выставок)
10. Товары народного потребления (% от общего числа выставок)
11. Отдых, развлечения (% от общего числа выставок)
12. Сельское хозяйство, озеленение, лесоводство, животноводство (% от общего числа выставок)
13. Выставки модной одежды (% от общего числа выставок)
14. Наполняемость каждой из выставок по годам
15. Сравнение выставок по числу экспонентов
16. Сравнение выставок по количеству выставочных площадей
17. Сравнение выставок по числу посетителей
18. Сравнение выставок по продолжительности (дней)
19. Профессиональный статус посетителей выставки
20. Сфера деятельности посетителей выставки

Рынок гостиничной недвижимости

1. Выводы
2. Описание исследования
3. Краткая характеристика Казани
 - 3.1. Социально-экономическая характеристика
 - 3.2. Сравнительная характеристика Казани с другими городами
 - 3.3. Развитие гостиничной инфраструктуры
4. Классификация гостиниц
 - 4.1. История возникновения гостиничного бизнеса
 - 4.2. Классификация средств размещения
 - 4.3. Сравнение принципа построения российского классификатора с принципами построения классификаторов других стран
 - 4.4. Классификатор NP Consulting
5. Краткий обзор международного рынка гостиничных услуг. Основные игроки.
6. Развитие гостиничного бизнеса в Казани. Основные периоды становления рынка гостиничных услуг Казани
7. Загруженность фонда. Факторы загрузки
8. Структура гостиничного рынка Казани
 - 8.1. Краткосрочная аренда квартир
 - 8.2. Отели и гостиницы
 - 8.3. Мини-отели
 - 8.4. Сетевые гостиницы
9. Объем и структура предложения гостиничного рынка Казани. Цены и услуги
 - 9.1. Гостиницы категории 5 звезд
 - 9.2. Гостиницы категории 4 звезды
 - 9.3. Гостиницы категории 3 звезды
 - 9.4. Гостиницы категории 2 звезды
 - 9.5. Гостиницы без определенного уровня звездности
 - 9.6. Специализированные и приобъектные гостиницы
 - 9.7. Ведомственные гостиницы
10. Спрос на гостиничном рынке Казани
 - 10.1. Сегментирование потребителей по целям визита
 - 10.2. Структура потока туристов
 - 10.3. Программа развития Казани как центра туризма
 - 10.4. Портрет делового туриста
 - 10.5. Сегментирование потребителей по типу резиденты/не резиденты
11. Инвестиционная привлекательность гостиничного рынка Казани
12. Барьеры для входа на рынок
13. Основные участники: управляющие компании, инвесторы, собственники
14. Основные тенденции и прогноз развития гостиничного рынка Казани
15. Рекомендации. Примерный адресный перечень зданий и земельных участков для размещения объектов гостиничной инфраструктуры

В исследовании могут быть представлены таблицы и рисунки:

1. Динамика численности населения Казани
2. Основные показатели социально-экономического развития Казани

3. Въезд иностранных туристов в Казань
4. Гостиницы Казани, прошедшие классификацию
5. Номерной фонд гостиниц Казани по классам
6. Номерной фонд гостиниц Казани на 1000 жителей
7. Доля гостиниц отдельных категорий
8. Распределение гостиниц Казани по районам
9. Крупнейшие гостиницы Казани, запланированные к открытию
10. Темпы открытия гостиниц в Казани
11. Наиболее значимые гостиницы Казани, реконструкцию которых планируется завершить
12. Средняя стоимость проживания в гостиницах Казани
13. Средняя вместимость гостиниц Казани
14. Диапазон цен на проживание в гостиницах Казани
15. Динамика уровня загрузки гостиниц Казани
16. Структура клиентов гостиниц Казани
17. Доля мини-отелей на гостиничном рынке Казани
18. Участники рынка
19. Управляющие компании представленные на гостиничном рынке Казани в сегменте гостиниц «4 звезды» и «5 звезд»
20. Рейтинг гостиниц

Рынок многофункциональной недвижимости

Содержание

1. Резюме
2. Описание исследования
3. Общие тенденции на рынке коммерческой недвижимости
 - 3.1. Офисная недвижимость
 - 3.2. Торговая недвижимость
 - 3.3. Складская недвижимость
 - 3.4. Жилая недвижимость
4. Развитие рынка многофункциональных комплексов
5. Привлекательность строительства многофункциональных комплексов
6. Многофункциональные комплексы
 - 6.1. Торгово-офисная недвижимость
 - 6.2. Многофункциональные комплексы с гостиничной составляющей
 - 6.3. Торговый комплекс с развлекательной функцией
 - 6.4. Коммерческая недвижимость с культурной составляющей
 - 6.5. Коммерческая недвижимость с жилой составляющей
7. Особенности создания многофункциональных комплексов
 - 7.1. Плюсы многофункциональных комплексов
 - 7.2. Минусы многофункциональных комплексов
8. Редевелопмент – как перспектива развития рынка многофункциональных комплексов
 - 8.1. Редевелопмент промышленной зоны
 - 8.2. Риски, связанные с осуществлением проектов по редевелопменту промышленных зон

Приложения

1. Доходность основных видов коммерческой недвижимости, отдельно стоящей и в составе МФК
2. Расположение существующих и планируемых к реализации МФК

Рынок кинотеатров

Содержание

1. Резюме
2. Описание исследования
3. Историческая справка
4. Обзор современного рынка кинотеатров и кино-комплексов
5. Инвестиционная привлекательность рынка кинотеатров и кино-комплексов
6. Репертуар кинотеатров и кино-комплексов
7. Услуги (основные и дополнительные), предоставляемые посетителям кино-комплексов и кинотеатров
8. Описание основных участников рынка кино-комплексов и кинотеатров
9. Среднестатистический посетитель кинотеатров
10. Рекламная активность участников рынка коммерческого кино-показа
11. Сравнение российского рынка коммерческого кино-показа и стран Европы
12. Аналитическая часть
13. Выводы

Рынок производственной недвижимости

Содержание

1. Выводы
 2. Концепция исследования
 3. Тенденции рынка производственной недвижимости Казани
 4. Рынок производственной недвижимости Казани
 5. Основные отрасли промышленности Казани
 6. Характеристика предложения индустриальной недвижимости Казани
 7. Цены на рынке индустриальной недвижимости Казани
 8. Спрос на рынке индустриальной недвижимости Казани
 9. Прогноз развития рынка производственной недвижимости Казани
- Приложения

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

При проведении маркетинговых исследований, охватывающих все основные сегменты рынка недвижимости, приходится решать задачи, носящие как конкретный, так и общий характер. Проводятся исследования, связанные с:

- освоением конкретных площадок под застройку, созданием концепции застройки и маркетингового задания на проектирование, стратегии ценообразования и продаж;

- анализом структуры предложения, уровня цен и конкурентной среды, основанные на обзонах или посещениях интересующих объектов и компаний;

- изучением спроса и потребительских предпочтений на рынке недвижимости, оценка емкости рынка;

- составлением общих обзоров и прогнозов рынка недвижимости или его сегментов, с анализом динамики основных характеристик рынка, а также позиций его наиболее заметных игроков;

- обоснованием целесообразности тех или иных инвестиций в недвижимость или инвестиционно-строительных проектов для партнеров, соинвесторов или банков.

Исследованию рынка должен отводиться реалистичный срок и адекватный бюджет.

Определенно, что чем более качественно выполнено исследование рынка как начальный этап жизненного цикла объекта недвижимости, тем более эффективней будет фаза строительства и эксплуатации.

РЕКОМЕНДУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

Книги, учебные пособия

1. Асаул А.Н., Карасев А.В. Экономика недвижимости. Учеб. Пособие. – СПб., МИКХиС, 2001 – 440 с.
2. Девелопмент в недвижимости. Федотова М.А., Тазихина Т.В., Бакулина А.А. - 2010, - КноРус, - 264с.
3. Стерник Г.М. Технология анализа рынка недвижимости. – М.: АКСВЕЛЛ, 2005, - 200 стр.
4. Стерник Г.М., Стерник С.Г. Анализ рынка недвижимости для профессионалов. – М: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009. – 606 стр.
5. Стерник Г.М., Стерник С.Г. Методология моделирования и прогнозирования жилищного рынка: монография. – Москва: РГ-Пресс, 2018. – 592 стр.
6. Экономика и управление недвижимостью. Учебник // Под общей редакцией Грабового П.Г., Изд-во «Прспект», 2012. – 848 с.
7. Экспертиза и инспектирование инвестиционного процесса и эксплуатации недвижимости. Часть 1. /Под ред. Грабового П.Г. – 2012. – Изд-во «Прспект». – 368 с.
8. Экспертиза и инспектирование инвестиционного процесса и эксплуатации недвижимости. Часть 2. /Под ред. Грабового П.Г. – 2012. – Изд-во «Прспект». – 416 с.
9. Улицкая Н.Ю., Акимова М.С., Пикалова О.А. Маркетинговая парадигма земельной политики в России: монография. М.: Креативная экономика, 2017, -234 с.
10. Улицкая Н.Ю., Семеркова Л.Н. Маркетинг земель: теория, методология, инструментарий. М.: КРЕАТИВНАЯ ЭКОНОМИКА, 2017. – 260 с.
11. Учебно-практическое пособие «Экономика и управление недвижимостью» под общей редакцией Грабового П.Г. Часть 1,2 (2-е издание переработанное и дополненное). Москва: Проспект, 2013 – 576 с.
12. Экспертиза и управление недвижимостью. Введение в специальность // Учебное пособие. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2009. - 96 с. ISBN 978-5-91131-630-3

Научные журналы

1. Научный журнал «Недвижимость: экономика, управление». Режим доступа URL: <http://www.n-eu.ru/>
2. Научный журнал «Архитектура и строительство России». Режим доступа URL: <http://www.asrmag.ru/>
3. Научный журнал «Экономика строительства». Режим доступа URL: <https://gasis.hse.ru/economjournal>
4. Научный журнал «Жилищные стратегии». Режим доступа URL: <https://bgscience.ru/journals/zhs/>
5. Научный журнал «Урбанистика и рынок недвижимости». Режим доступа URL: http://www.nbpublish.com/umag/info_315.html
6. Научный журнал «Правовые вопросы недвижимости». Режим доступа URL: <http://www.lawinfo.ru/catalog/magazines/pravovye-voprosy-nedvizhimosti>

7. Научный журнал «Journal of Real Estate Research». Режим доступа URL: <http://aresjournals.org/loi/rees>
8. Научный журнал «Journal of Real Estate Literature». Режим доступа URL: <http://aresjournals.org/loi/reli>
9. Научный журнал «Journal of Real Estate Practice and Education». Режим доступа URL: <http://aresjournals.org/loi/repe>
10. Научный журнал «Journal of Real Estate Portfolio Management». Режим доступа URL: <http://aresjournals.org/loi/repm>
11. Научный журнал «Journal of Housing Research». Режим доступа URL: <http://aresjournals.org/loi/jhor>
12. Научный журнал «Real Estate Economics». Режим доступа URL: <https://www.areuea.org/publications/ree/>

Интернет-ресурсы

1. Министерство строительства, архитектуры и жилищно-коммунального хозяйства Республики Татарстан. URL: <http://minstroy.tatarstan.ru/>
2. Гильдия управляющих и девелоперов. URL: <http://www.gud-estate.ru>
3. Сервер недвижимости Казани и Республики Татарстан. URL: <http://www.tatre.ru/>
4. Поволжский антикризисный институт». URL: <http://www.pai.ru>
5. Сувар-недвижимость. URL: <http://www.suvar-realty.ru>
6. Сервейинговая компания «Единая арендная система». URL: <http://www.arena-kazan.ru>
7. Республиканский портал недвижимости. URL: <http://www.reportal.ru>
8. Казанская недвижимость. URL: <http://www.kazned.ru>
9. Некоммерческое партнерство «Гильдия сервейеров». URL: <http://www.surveying.ru>
10. Сообщество участников ипотечного рынка РФ. URL: <http://www.ludiipoteki.ru/>
11. «Стерникс Консалтинг». URL: <http://realtymarket.ru>
12. Индикаторы рынка недвижимости. URL: <http://www.irn.ru>
13. Большой портал недвижимости. URL: <http://www.bpn.ru>
14. Информационный портал «Загородный дом». URL: <http://www.zdom.ru/>
15. РЕСТКО холдинг. URL: <http://www.restko.ru>
16. РБК. Исследования рынков. URL: <http://marketing.rbc.ru>
17. РБК. Недвижимость. URL: <http://realty.rbc.ru>
18. Business vision. Готовые маркетинговые исследования. URL: <http://www.businessvision.ru>
19. Knight Frank. Консалтинговая компания. URL: <http://www.knightfrank.ru/research>
20. Vesco Consulting. Маркетинговые исследования рынка недвижимости. URL: <http://www.consulting.vesco.ru/researches.html>
21. Российская Гильдия Риэлторов. URL: <http://www.rgr.ru>
22. RealtyInvestments. Информационно-аналитический портал. URL: <http://realtyinvestments.ru>
23. Commercial Real Estate. URL: <http://www.cre.ru>