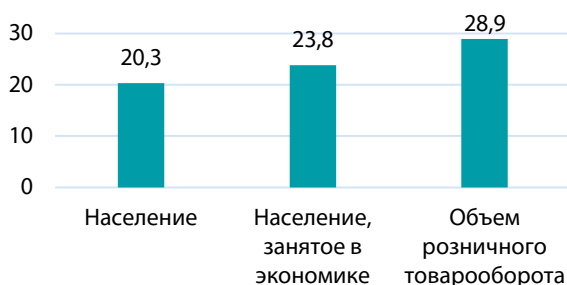


Показатели социально – экономического развития г.Минска в 2013 г.

Показатели	Значение	По отношению к 2012 г., %
Численность населения, тыс. человек	1921,9	100,9
Численность населения, занятого в экономике, тыс. человек	1074,8	99,6
Розничный товарооборот торговли через все каналы реализации, млрд. рублей	74752,9	121,5
Среднемесячная заработная плата на крупных и средних предприятиях, тыс. рублей	6672,5	116,9
в том числе в декабре, тыс. рублей	7962,8	107,9

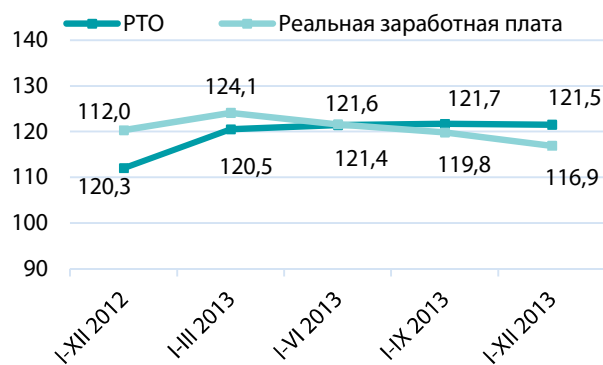
Источник: Аналитический центр «Менка», по данным Белстат

Удельный вес показателей социально-экономического развития г.Минска в экономике Республики Беларусь в 2013г.,%



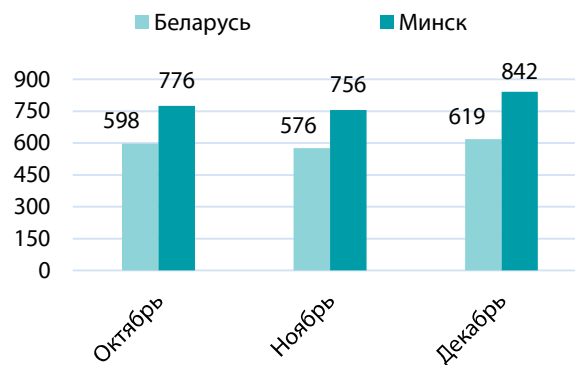
Наметившийся в 4 квартале тренд по снижению темпов роста заработной платы создает предпосылки для перехода от потребительского бума к более сбалансированному росту розничного товарооборота. По итогам 2013 года рост розничного товарооборота составил 121,5%, однако уже в 1 квартале 2014 г. прогнозируется снижение темпов его роста до 108-114%.

Динамика розничного товарооборота торговли через все каналы реализации и уровня заработной платы, %



Источник: Аналитический центр «Менка», по данным Белстат

Динамика средней заработной платы в Республике Беларусь и г.Минске в 4 квартале 2013г., долл. США



Источник: Аналитический центр «Менка», по данным Белстат

Основные показатели по торговым центрам г.Минска*

Общее предложение действующих объектов (GBA), тыс. кв. м	498,36
Общее предложение действующих объектов (GLA), тыс. кв. м	243,30
Доля вакантных площадей, %	1,7
Посещаемость ТЦ в будние дни, тыс. чел./день	1,1 – 31,8
Посещаемость ТЦ в выходные дни, тыс. чел./день	1,1 – 31,4
Обеспеченность жителей Минска торговыми площадями, кв. м/1000 чел.	128,0
Введено в эксплуатацию в IV квартале 2013 г. (GBA), тыс. кв. м	-
Введено в эксплуатацию в IV квартале 2013 г. (GLA), тыс. кв. м	-

*Здесь и далее учитываются только торговые центры общей площадью свыше 5000 кв. м с наличием концепции и единым управлением.

Источник: Аналитический центр «Менка»

Торговая недвижимость г.Минска

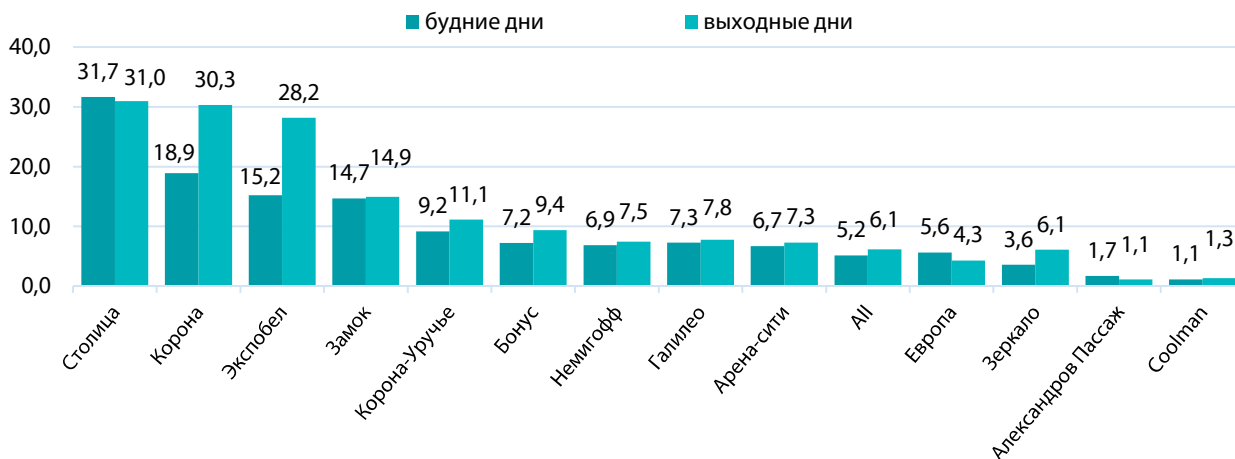
Аналитический обзор рынка – IV квартал 2013г.

Тема номера: покупательские потоки торговых центров



Аналитический центр «Менка» на ежеквартальной основе проводит исследование покупательских потоков концептуальных торговых центров г.Минска, площадью свыше 5000 кв. м с наличием концепции и единым управлением. Сбор информации осуществляется методом стандартизированного наблюдения. Наиболее общие результаты исследования покупательских потоков, проведенного в октябре-ноябре 2013 г., представлены на следующих диаграммах.

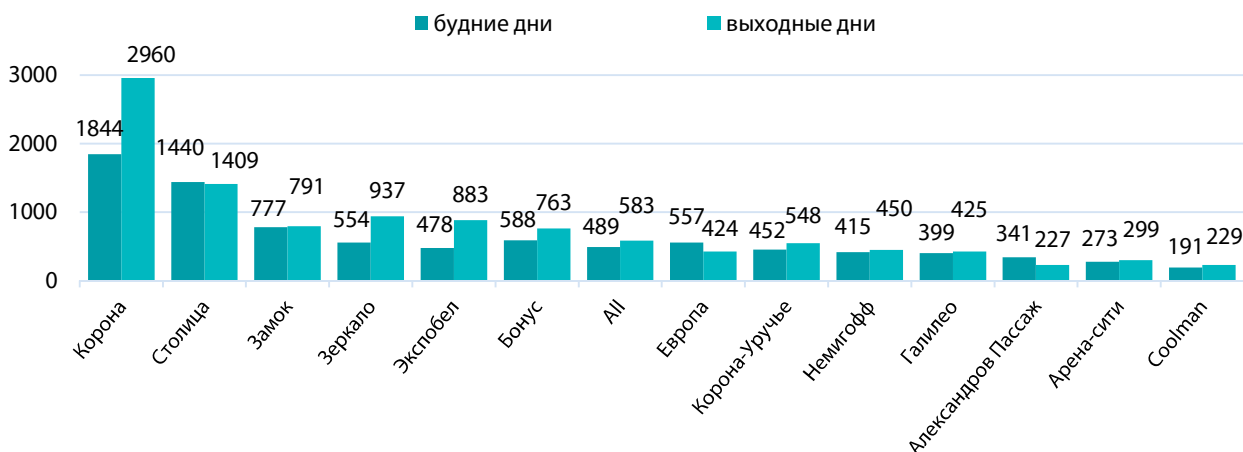
Общая посещаемость торговых центров г.Минска, тыс. чел./день



Источник: Аналитический центр «Менка»

К наиболее посещаемым концептуальным ТЦ г.Минска относятся «Столица», «Корона» и «Экспобел». К тройке лидеров примыкает ТЦ «Замок». При этом «Экспобел» и «Корона» значительно чаще посещались минчанами в выходные дни, чем в будние. Такая же тенденция характерна и для ТЦ «Зеркало», «Корона-Уручье», «Бонус» и в меньшей степени выраженности для «All». Для ТЦ «Столица», «Замок», «Немигофф», «Галилео», «Арена-сити» и «Coolman» характерно равномерное распределение покупательских потоков, как в будние, так и в выходные дни. Торговые центры «Европа» и «Александров Пассаж» чаще посещаются в будние дни.

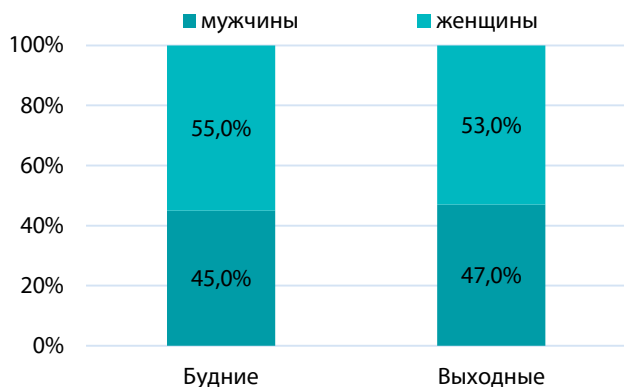
Плотность покупательских потоков торговых центров г.Минска, чел./1000 кв. м. арендопригодной площади /день



Источник: Аналитический центр «Менка»

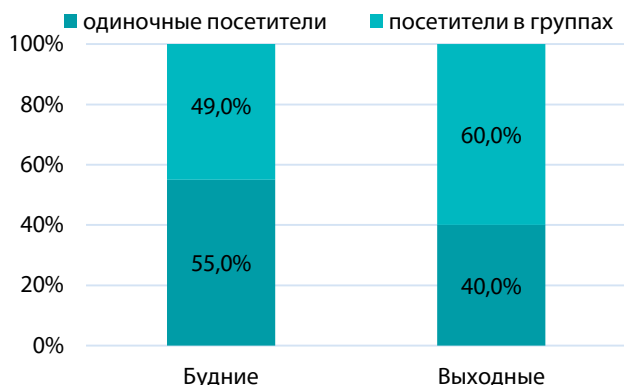
Наибольшее значение показателя плотности посещаемости концептуальных торговых г.Минска как в будние, так и в выходные дни, характерно для ТЦ «Корона». Следует также отметить высокую плотность посещаемости ТЦ «Зеркало». Не смотря на то, что общая посещаемость данного торгового центра относительно других ТЦ города Минска является невысокой, данный торговый центр занял четвертое место в рейтинге плотности посещаемости концептуальных торговых центров.

Гендерная структура общего покупательского потока концептуальных торговых центров



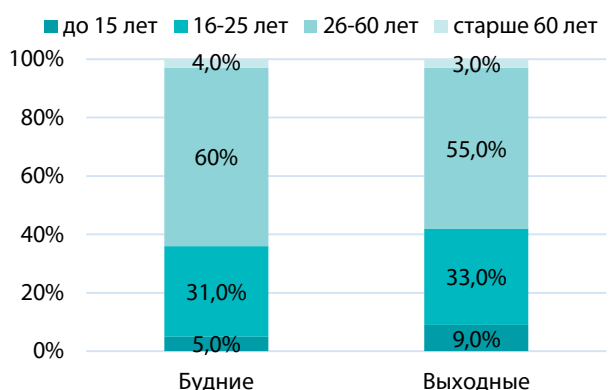
В гендерной структуре общего покупательского потока концептуальных торговых центров г.Минска доля женщин превышает долю мужчин. Исследование позволило выделить ряд торговых центров, для которых в наибольшей степени характерно значительное преобладание женской аудитории. В первую очередь, к ним относятся ТЦ «Зеркало», «Столица» и «Немигофф». В меньшей степени данная тенденция наблюдается в ТЦ «Европа» и «Галилео». Мужская аудитория преобладает в структуре покупательских потоков ТЦ «All» и «Корона-Уручье».

Структура общего покупательского потока концептуальных торговых центров по формату посещения



По сравнению с будними днями в выходные дни в структуре общего покупательского потока концептуальных ТЦ г.Минска увеличивается доля групповых посетителей. Наибольшая доля одиночных покупателей в будние дни наблюдается в ТЦ «Зеркало», «Европа» и «Столица». Наибольшая доля групповых покупателей в выходные дни наблюдается в «Арена-сити», «Корона-Уручье», «All» и «Замок».

Возрастная структура общего покупательского потока концептуальных торговых центров



В выходные дни увеличивается доля детей в возрастной структуре общего покупательского потока концептуальных ТЦ г.Минска, что вместе с увеличением доли групповых посетителей в выходные указывает на увеличение доли посещения торговых центров семьями в выходные дни. Наибольшая доля молодых людей (16-25 лет) в возрастной структуре покупательских потоков наблюдается в ТЦ «Галилео», «Немигофф» и «Столица». Наибольшая доля людей среднего возраста (26-60 лет) в возрастной структуре покупательских потоков наблюдается в ТЦ «All» и «Александров Пассаж».

Источник: Аналитический центр «Менка»