

2012

ИССЛЕДОВАНИЕ:
**МОНИТОРИНГ ПЕШЕХОДНЫХ И ТРАНСПОРТНЫХ ПОТОКОВ
ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ г. Минска**

ОЗНАКОМИТЕЛЬНАЯ ВЕРСИЯ



МЕНКА

торговля
недвижимость
инвестиции
обучение



*В наших
истоках –
наша сила
и уникальность!*

Содержание*:

1 Цели, задачи, методика исследования

2 ХАРАКТЕРИСТИКА ПОСЕЩАЕМОСТИ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА «ЗЕРКАЛО»

- 2.1 Покупательские, пешеходные и транспортные потоки торгового центра в будние и выходные дни
 - 1. Общие покупательские, пешеходные и транспортные потоки
 - 2. Динамика покупательских и пешеходных потоков в течение дня
 - 3. Структура и динамика транспортных потоков в течение дня
- 2.2 Динамика покупательских потоков в течение дня (будние и выходные дни)
 - 1. Динамика покупательских потоков по возрастным группам
 - 2. Динамика покупательских потоков по гендерному признаку
 - 3. Динамика покупательских потоков по группам (семьи, компании) и одиночным покупателям
- 2.3 Структура покупателей торгового центра в будние и выходные дни
 - 1. Возрастная структура покупателей
 - 2. Гендерная структура покупателей
 - 3. Группы (семьи, компании) и одиночные покупатели
- 2.4 Структура распределения покупателей торгового центра по уровням (этажам)
 - 1. Распределение покупателей по уровням (этажам)
 - 2. Возрастная структура покупателей по уровням (этажам)
 - 3. Гендерная структура покупателей по уровням (этажам)
 - 4. Распределение групп (семьи, компании) и одиночных покупателей по уровням (этажам)

3 ХАРАКТЕРИСТИКА ПОСЕЩАЕМОСТИ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА «АЛЕКСАНДРОВ ПАССАЖ»

- 3.1 Покупательские, пешеходные и транспортные потоки торгового центра в будние и выходные дни
 - 1. Общие покупательские, пешеходные и транспортные потоки

* Приведено содержание полной версии исследования

- 2. Динамика покупательских и пешеходных потоков в течение дня
- 3. Структура и динамика транспортных потоков в течение дня
- 3.2 Динамика покупательских потоков в течение дня (будние и выходные дни)
 - 1. Динамика покупательских потоков по возрастным группам
 - 2. Динамика покупательских потоков по гендерному признаку
 - 3. Динамика покупательских потоков по группам (семьи, компании) и одиночным покупателям
- 3.3 Структура покупателей торгового центра в будние и выходные дни
 - 1. Возрастная структура покупателей
 - 2. Гендерная структура покупателей
 - 3. Группы (семьи, компании) и одиночные покупатели
- 3.4 Структура распределения покупателей торгового центра по уровням (этажам)
 - 1. Распределение покупателей по уровням (этажам)
 - 2. Возрастная структура покупателей по уровням (этажам)
 - 3. Гендерная структура покупателей по уровням (этажам)
 - 4. Распределение групп (семьи, компании) и одиночных покупателей по уровням (этажам)

4 ХАРАКТЕРИСТИКА ПОСЕЩАЕМОСТИ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА «КОРОНА»

- 4.1 Покупательские, пешеходные и транспортные потоки торгового центра в будние и выходные дни
 - 1. Общие покупательские, пешеходные и транспортные потоки
 - 2. Динамика покупательских и пешеходных потоков в течение дня
 - 3. Структура и динамика транспортных потоков в течение дня
- 4.2 Динамика покупательских потоков в течение дня (будние и выходные дни)
 - 1. Динамика покупательских потоков по возрастным группам
 - 2. Динамика покупательских потоков по гендерному признаку
 - 3. Динамика покупательских потоков по группам (семьи, компании) и одиночным покупателям



торговля
недвижимость
инвестиции
обучение

Содержание:

4.3 Структура покупателей торгового центра в будние и выходные дни

1. Возрастная структура покупателей
2. Гендерная структура покупателей
3. Группы (семьи, компании) и одиночные покупатели

4.4 Структура распределения покупателей торгового центра по уровням (этажам)

1. Распределение покупателей по уровням (этажам)
2. Возрастная структура покупателей по уровням (этажам)
3. Гендерная структура покупателей по уровням (этажам)
4. Распределение групп (семьи, компании) и одиночных покупателей по уровням (этажам)

5 ХАРАКТЕРИСТИКА ПОСЕЩАЕМОСТИ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА «COOLMAN»

5.1 Покупательские, пешеходные и транспортные потоки торгового центра в будние и выходные дни

1. Общие покупательские, пешеходные и транспортные потоки
2. Динамика покупательских и пешеходных потоков в течение дня
3. Структура и динамика транспортных потоков в течение дня

5.2 Динамика покупательских потоков в течение дня (будние и выходные дни)

1. Динамика покупательских потоков по возрастным группам
2. Динамика покупательских потоков по гендерному признаку

5.3 Структура покупателей торгового центра в будние и выходные дни

1. Возрастная структура покупателей
2. Гендерная структура покупателей
3. Группы (семьи, компании) и одиночные покупатели

5.4 Структура распределения покупателей торгового центра по уровням (этажам)

1. Распределение покупателей по уровням (этажам)
2. Возрастная структура покупателей по уровням (этажам)

3. Гендерная структура покупателей по уровням (этажам)

4. Распределение групп (семьи, компании) и одиночных покупателей по уровням (этажам)

6 ХАРАКТЕРИСТИКА ПОСЕЩАЕМОСТИ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА «СТОЛИЦА»

6.1 Покупательские, пешеходные и транспортные потоки торгового центра в будние и выходные дни

1. Общие покупательские, пешеходные и транспортные потоки
2. Динамика покупательских и пешеходных потоков в течение дня
3. Структура и динамика транспортных потоков в течение дня

6.2 Динамика покупательских потоков в течение дня (будние и выходные дни)

1. Динамика покупательских потоков по возрастным группам
2. Динамика покупательских потоков по гендерному признаку

6.3 Структура покупателей торгового центра в будние и выходные дни

1. Возрастная структура покупателей
2. Гендерная структура покупателей
3. Группы (семьи, компании) и одиночные покупатели

6.4 Структура распределения покупателей торгового центра по уровням (этажам)

1. Распределение покупателей по уровням (этажам)
2. Возрастная структура покупателей по уровням (этажам)
3. Гендерная структура покупателей по уровням (этажам)
4. Распределение групп (семьи, компании) и одиночных покупателей по уровням (этажам)

7 ХАРАКТЕРИСТИКА ПОСЕЩАЕМОСТИ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА «ЕХРОВЕЛ»

7.1 Покупательские, пешеходные и транспортные потоки торгового центра в будние и выходные дни

1. Общие покупательские, пешеходные и транспортные потоки
2. Динамика покупательских и пешеходных потоков в течение дня



торговля
недвижимость
инвестиции
обучение

Содержание:

- 3. Структура и динамика транспортных потоков в течение дня
- 7.2 Динамика покупательских потоков в течение дня (будние и выходные дни)
 - 1. Динамика покупательских потоков по возрастным группам
 - 2. Динамика покупательских потоков по гендерному признаку
- 7.3 Структура покупателей торгового центра в будние и выходные дни
 - 1. Возрастная структура покупателей
 - 2. Гендерная структура покупателей
 - 3. Группы (семьи, компании) и одиночные покупатели
- 7.4 Структура распределения покупателей торгового центра по уровням (этажам)
 - 1. Распределение покупателей по уровням (этажам)
 - 2. Возрастная структура покупателей по уровням (этажам)
 - 3. Гендерная структура покупателей по уровням (этажам)
 - 4. Распределение групп (семьи, компании) и одиночных покупателей по уровням (этажам)

8 ХАРАКТЕРИСТИКА ПОСЕЩАЕМОСТИ ТОРГОВОГО ЦЕНТРА «ЕВРОПА»

- 8.1 Покупательские, пешеходные и транспортные потоки торгового центра в будние и выходные дни
 - 1. Общие покупательские, пешеходные и транспортные потоки
 - 2. Динамика покупательских и пешеходных потоков в течение дня
 - 3. Структура и динамика транспортных потоков в течение дня
- 8.2 Динамика покупательских потоков в течение дня (будние и выходные дни)
 - 1. Динамика покупательских потоков по возрастным группам
 - 2. Динамика покупательских потоков по гендерному признаку
- 8.3 Структура покупателей торгового центра в будние и выходные дни
 - 1. Возрастная структура покупателей

- 2. Гендерная структура покупателей
- 3. Группы (семьи, компании) и одиночные покупатели
- 8.4 Структура распределения покупателей торгового центра по уровням (этажам)
 - 1. Распределение покупателей по уровням (этажам)
 - 2. Возрастная структура покупателей по уровням (этажам)
 - 3. Гендерная структура покупателей по уровням (этажам)
 - 4. Распределение групп (семьи, компании) и одиночных покупателей по уровням (этажам)

9 СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ПОСЕЩАЕМОСТИ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ Г. МИНСКА

- 9.1 Покупательские, пешеходные и транспортные потоки торгового центра в будние и выходные дни
 - 1. Общая посещаемость торговых центров г. Минска
 - 2. Плотность покупательских потоков торговых центров г. Минска
 - 3. Объём пешеходных потоков
 - 4. Объём транспортных потоков
- 9.2 Динамика покупательских, пешеходных и транспортных потоков в течение дня (будние и выходные дни)
 - 1. Динамика покупательских потоков
 - 2. Динамика покупательских потоков по возрастным группам
 - 3. Динамика покупательских потоков по группам (семьи, компании) и одиночным покупателям
 - 4. Динамика пешеходных потоков
 - 5. Динамика транспортных потоков
- 9.3 Структура покупателей торговых центров в будние и выходные дни
 - 1. Возрастная структура покупателей
 - 2. Гендерная структура покупателей
 - 3. Группы (семьи, компании) и одиночные покупатели
- 9.4 Структура распределения покупателей торговых центров по уровням (этажам) в будние и выходные дни
 - 1. Распределение покупателей по уровням (этажам)
 - 2. Возрастная структура покупателей по уровням (этажам)
 - 3. Гендерная структура покупателей по уровням (этажам)
 - 4. Распределение групп (семьи, компании) и одиночных покупателей по уровням (этажам)



торговля
недвижимость
инвестиции
обучение



При проведении исследования использовались следующие определения:

Покупательский поток

– количество посетителей торгового центра за определенный промежуток времени.

Пешеходный поток (внешний уличный поток)

– количество пешеходов, проходящих возле торгового центра за определенный промежуток времени.

Транспортный поток

– количество автотранспортных средств всех видов (общественный транспорт, минивены, грузовые и легковые автомобили), проехавших мимо торгового центра за определенный промежуток времени.

Плотность покупательского потока

– количество посетителей, проходящих на 1 кв.м торговой площади торгового, за определенный промежуток времени.

1. Цели, задачи, МЕТОДИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Цель исследования – анализ покупательских, пешеходных и транспортных потоков торговых центров г. Минска в будние и выходные дни.

Исследованием были охвачены торговые центры г. Минска, общей площадью свыше 5 000 кв.м. с наличием концепции и единым управлением

Задачи исследования:

1. Изучение динамики покупательских, пешеходных и транспортных потоков торговых центров в течении дня.
2. Исследование структуры внешних транспортных потоков.
3. Составление социально - демографического портрета посетителей и измерение распределения покупательских потоков торговых центров по:
 - возрастным группам;
 - гендерному признаку;
 - группам (семьи, компании) и одиночным покупателям.
4. Выявление закономерностей распределения покупательских потоков.
5. Определение плотности покупательских потоков торговых центров.
6. Выявление взаимосвязи между покупательскими, пешеходными и транспортными потоками торговых центров.

Методика исследования

Исследование проводилось путем личного наблюдения (замеров) в течении дня:

- за всеми входами на всех уровнях (этажах) торговых центров;
- за прилегающей территорией к торговым центрам, на которой фиксировались проходящие потоки пешеходов и проезд автомобилей во всех направлениях.

Для получения наиболее объективной информации по каждому торговому центру замеры проводились как в будние, так и в выходные дни.



торговля
недвижимость
инвестиции
обучение



Контакты:

Компания «МЕНКА»

220030, г. Минск, ул. Герцена, д. 10

Тел.: (+375 17) 321-24-80

Факс: (+375 17) 321-24-81

info@menka.by

www.menka.by

© 2012. Менка.

Информация, содержащаяся в данном отчете
не может быть использована в какой бы то ни было форме
без ссылки на компанию «Менка».