**Формат торговли – стрит-ритейл**

В настоящий момент практически все форматы современного ритейла предложили свои услуги потребителю. Стрит-ритейл как вид торговли известен у нас еще с дореволюционного времени. В настоящий момент этот вид торговли приобретает новое значение.

**История понятия. Старое о главном.**

Еще со времен царской России существовало понятие "торговый ряд". Под ним подразумевались улицы, первые этажи которых были отданы под торговые предприятия. По такому же принципу строились улицы в центре многих европейских городов. Первые этажи традиционно отдавались под различные нежилые помещения.

В годы советской распределительной экономики этот способ торговли не применялся. На централизованном уровне решалось, сколько именно магазинов полагается на микрорайон. В настоящий момент квартиры на первых этажах, имеющие фасадный выход на оживленную улицу из категории "первый-последний не предлагать", перешли в ранг недвижимости повышенного спроса. Неудивительно, ведь данные площади активно используются под различные бизнесы, в т. ч. под торговлю.

Сегодня большинство застройщиков на этапе проекта планируют первые этажи здания под нежилые объекты. В т. ч. некоторые дома строят с входящими в их состав торговыми центрами (в дальнейшем – ТЦ). Неудивительно, ведь дефицит коммерческих площадей в Украине ощущается не менее сильно, чем жилых.

Однако в большинстве своем именно "торговыми" улицы могут стать в центре или же в районе интенсивной старой застройки. Новые микрорайоны пока только обрастают жителями и их маршрутами.

**Жемчужина у моря**

В этом отношении улицы Одессы достаточно синхронно отражают процессы, происходящие в стране в целом. А именно: к понятию стрит-ритейла могут относиться прежде всего основные улицы как в историческом и деловом центре (что в Одессе пока суть одно и то же), так и в спальных районах.

Если анализировать центр, то там традиционно повышенным спросом пользуются магазины на Дерибасовской и ближайших улицах. Дерибасовская, освобожденная от автомобильного движения, – одна из красивейших улиц Одессы. Она является местом гуляния многих одесситов и гостей города, а во время крупных праздников заполняется десятками тысяч людей. Естественно, расположение магазина именно на этой улице – почти гарантия успеха. Потому на ее территории расположены, естественно, самые богатые магазины элитных товаров. Здесь же – и множество ресторанов также высокого уровня. Набор ритейлеров традиционен: ювелирные изделия, предметы интерьера, элитные бутики одежды, обуви, аксессуаров.

Магазины с товаром, на которые невозможно сделать наценку от 100 % и выше, с Дерибасовской естественным путем уходят.

– Наш магазин работает с марта 2006, – рассказывает Пономарчук Карина Леонидовна, региональный представитель ООО "Укрзолото" (Дерибасовская / угол Преображенская, на месте бывшего "Центрального Гастронома") – и мы можем говорить, что уже наработали своего клиента. И это несмотря на то, что на Дерибасовской, кроме нашего, еще 5 ювелирных магазинов. Это самый большой ювелирный магазин в Одессе (более 500 м\*2) и один из самых крупных в Украине. Некоторые посетители бывают в нашем магазине больше часа.

Мы внимательно анализируем покупательские потоки в магазине.

В будние дни это от 1000 до 1500 человек, в пятницу, субботу и воскресенье – более 2500. Неудивительно, ведь в выходные даже жители дальних районов желают прогуляться по центру. Летом очень значительную часть наших покупателей составляют приезжие, может быть, даже больше половины.

Расположенный на Дерибасовской торговый центр (в дальнейшем – ТЦ) "Европа" стал квинтэссенцией элитного ритейла. На его 6-ти этажах расположены магазины, стоимость товаров в которых редко ниже 100 грн. Даже продуктовый магазин от "Таврии В" носит название "деликатесмаркет". Деликатесы там, может быть, и не доминируют, но там уж точно нет класса масс-маркет.

Первые этажи Дерибасовской – это на 90% магазины и прочие предприятия элитного уровня. Немногие одесситы могут позволить себе не только гулять по Дерибасовской, но и совершать покупки. Многие товары несут городскую и национальную символику. Ведь Дерибасовскую посещают многие приезжие, в т. ч. иностранцы.

**Такой неоднородный центр**

Прочие улицы центра, попадающие под понятие Стрит-Ритейл, перпендикулярны Дерибасовской, пересекают ее и через восемь кварталов упираются в другую достопримечательность Одессы – "Привоз".

Это делает сами улицы неоднородными. Торговыми из них с полным основанием можно называть Преображенскую, Екатерининскую и Ришельевскую. На месте пересечения с Дерибасовской и 1-2 квартала в сторону от пересечения магазины на этих улицах ни в чем не уступают самым элитным и дорогим. Такое же великолепие товаров, блеск интерьера и цены, рассчитанные лишь на определенного потребителя.

Чем дальше от Дерибасовской, этого центра элитного стрит-ритейла, тем более демократичными становятся магазины, представленные в них товары и предлагаемые на них цены.

Упираются вышеперечисленные улицы в проходящую вдоль "Привоза" Пантелеймоновскую. Пантелеймоновская и ее ближайшие переулки также образуют торговую зону из магазинов, расположенных на первых этажах зданий, с одной стороны, и "Привоза" – с другой. Это пространство исторически было направлено на обеспечение прежде всего жителей Одесской области, приехавших в Одессу отовариться. Сами же одесситы в массе своей "Привоз" интересом не жалуют, и совершать там покупки считают непрестижным. Это обуславливает выбор товаров в данной зоне, уровень сервиса и внешний вид некоторых магазинов.

Также стоит отметить отходящую от Дерибасовской в сторону "тихого" центра красивейшую улицу Садовую, которая почти не нагружена движением транспорта и также располагает многими элитными и средними магазинами.

Садовая пересекается с улицей Торговая. Ее название связано с тем, что она непосредственно примыкает к одному из старейших рынков Одессы – "Новому". Вдоль этой улицы также расположено множество магазинов. К сожалению, близость к рынку не способствует ни ее внешнему виду, ни санитарному состоянию. Магазинная торговля тут пересекается с лоточной, качество товаров – среднее и ниже.

**Спальные районы**

Эти районы преимущественно высотной застройки 70-80-х годов, в которых проживает большая часть одесситов. Торговые улицы здесь также имеют исторические корни, но истории эти менее длинны и относятся в большей степени к концу 20-го века. Именно в этот период начали разрастаться существующие рынки, образовываться новые и обрастать магазинами территории, к ним прилегающие.

Такова ситуация, например, на улице Бочарова (Суворовский р-н), к которой прилегают два крупнейших районных рынка – "Северный" (продуктовый) и "Котовский" (вещевой). На соединяющем их участке улицы им. Бочарова находятся десятки магазинов, а также "стихийный" рынок типа "дорожка".

На данной территории продается главным образом товар среднего сегмента и ниже. На этой улице осуществляют покупки те, кто готов, несмотря на низкий уровень торговых помещений и обслуживания, приобретать товар по невысоким ценам. Однако, кроме того, бытует мнение, что там скупаются те, кому лень ехать на рынок "7 КМ". Это действительно так, большая часть непродовольственных товаров для этих точек приобретается именно там.

Это также обуславливает и уровень предложения. Там редко можно встретить товары дороже, чем 300-400 грн. Близость 7 КМ приводит к тому, что на таких торговых улицах приобретаются главным образом мелочи, за которыми нет смысла ехать на главный рынок Одесской области.

Аналогично выглядит и стрит-ритейл в других основных спальных районах Одессы – Таирово и Черемушки. Такая же привязка к центральным рынкам, пространства между которыми обрастают прочими магазинами. Это улицы Королева (рынок "Южный"), Ген. Димитрова (рынок "Океан"), Космонавтов (рынок "Черемушки").

Данные участки активной торговли образовались за время формирования розничной торговли в Украине, когда этот вид бизнеса был рассеян между тысячами предпринимателей, каждый из которых вносил свою лепту. Эти же предприниматели вовсе не желают мириться с тем, что их способы ведения деятельности в чем-то устарели или неэффективны. Кроме того, немногие ритейлеры отваживаются располагать свои СМ и ТЦ непосредственно возле торговых улиц. Традиции местных покупателей могут оказаться сильнее более комфортных условий для покупок.

**Альтернатива**

В этой связи сразу вспоминается главная альтернатива стрит-ритейлу – торговые центры. Ведь ими за основу взят тот же принцип: в условиях ограниченной территории предложить потребителю максимум товаров, альтернативных ритейлеров и возможность сравнения качества и цен. Тем более, что ТЦ более эргономичны с точки зрения занимаемого места, возможности совместного использования коммуникаций. Не говоря уже о совместном менеджменте, управлении покупательскими потоками и создании максимальной привлекательности ТЦ в целом.

Однако Одесса пока не богата на ТЦ. Одна из особенностей, которую отмечают некоторые девелоперы, – это менталитет одесских предпринимателей, занимающихся торговыми проектами. Дело в том, что, как во многих городах, именно местные предприниматели имеют доступ к основным площадкам, которые можно использовать под строительство тех или иных объектов. Круг их, естественно, узок, ведь вложения в подобные проекты исчисляются десятками миллионов. А отдача от таковых растягивается на годы. Крупнейшие одесские ритейлеры, видимо, не склонны к консолидации и возводят в основном магазины для продажи собственных товаров с незначительной зоной аренды.

Для эффективного управления ТЦ необходима единая концепция. А она присутствует не всегда. Так, например, при открытии ТЦ "Афина" на ул. Греческая (самый центр Одессы) греческой компанией "Механики Украины", значительная часть площадей была продана. А продав эти площади, о централизованном управлении ТЦ речь идти не может.

Торговые площади проектов от "Таврии В" - ТЦ "Аэропортовский", "Вузовский" и "Маршал" – пока на 90% заняты самим ритейлером. Доля аренды не более, чем в обычном СМ. Желание все контролировать и обедняет выбор в самих ТЦ.

Наиболее соответствует концепции ТЦ уже упоминаемая "Европа" на Дерибасовской. В ближайшее время Одессу Таврия В собирается удивить ТЦ "Победа" на Площади 10 апреля. Пять этажей этого ТЦ при площади каждого (насколько об этом можно судить на этапе строительства) 3000 – 4000 кв. м. должны вместить под одной крышей небывалое количество ритейлеров.

Большинство ритейлеров предпочитают как размещать магазины в ТЦ, так и формат – стрит-ритейл. Перед многими ритейлерами стоит выбор - к какому формату примкнуть.

Приведем сравнительную характеристику форматов – ТЦ, стрит-ритейл или самостоятельный, крупный, отдельно стоящий СМ. Разделим ритейлеров, которые по тем или иным причинам могут или не могут воспользоваться форматом стрит-ритейл и другими.

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Ритейлер | Стрит-ритейл | Вход в ТЦ | Самостоятельный СМ |
| 1 | Мобильная связь | Да | Да | Недостаточен объем для занятия такой площади |
| 2 | Бытовая техника | Да, но необходима значительная площадь | Да, но в качестве "якорного" СМИ, иначе не потянет аренду | Самый приемлемый вариант для расположения богатства ассортимента |
| 3 | Мебель | Необходима значительна площадь. В центре - под элитную мебель | Необходима значительна площадь. Значительная арендная плата невозможна | Есть возможность на значительной площади разместить достаточный ассортимент |
| 4 | Продуктовый СМ | Наиболее гибкий формат. Потому может занимать помещение от минимального размера | В качестве якорного СМ | Да |
| 5 | Одежда | Да | Да. В ТЦ размещается, как правило, несколько брендов одежды | Лишь при большом ассортименте |
| 6 | Аптека | Да | Да. Такому арендатору необходима невысокая арендная плата, он привлекает множество потребителей | Набирает рост формат фарм-маркет |
| 7 | Книжный магазин | Да | Да | В Одессе этот формат пока не представлен |