



Месторасположение магазина – мелочи имеют большое значение

Выбор месторасположения магазина имеет большое значение для жизни предприятия розничной торговли. Неудачный выбор может стать гарантией провала, удачный - успеха.

Эта публикация рассматривает критерии выбора места, такие как совместимость розничного бизнеса и зонирование. Управляющий-владелец малого предприятия должен учитывать их после проведения экономического, демографического и транспортного анализа. Здесь перечислены вопросы, которые должен задавать себе розничный торговец (чтобы найти на них ответы) до принятия важнейшего решения о выборе места для магазина.

Первый шаг в выборе месторасположения предприятия розничной торговли происходит в Вашем мозгу. Перед тем, как делать что-нибудь еще, выразите тип Вашего бизнеса в самых общих терминах, определите свою долгосрочную цель. Напишите это на бумаге. Это занятие очень Вам поможет позднее в выборе места.

В процессе выбора места для магазина многие владельцы бизнесов считают, что достаточно знать демографическую информацию (возраст, доход, размер семьи и т.д.) о населении, типе конкуренции, с которой придется иметь дело, и о транспортных условиях рассматриваемого района. Несомненно, эти факторы являются основой для анализа месторасположения предприятия розничной торговли.

Как только Вы найдете подходящее место, используя эти факторы, считайте, что Вы сделали только пол дела. Перед тем как взять на себя обязательство занять помещение, Вы должны внимательно проверить еще несколько аспектов месторасположения, чтобы утвердиться в своем выборе, и что самое главное—в успехе своего предприятия.

Совместимость розничного бизнеса

Насколько важна розничная совместимость?

Для небольшого розничного магазина на первом году своего существования и не имеющего достаточных средств на рекламу и продвижение товара, розничная совместимость может стать очень важным фактором в выживании магазина.

Будут ли рядом с Вами расположены фирмы, привлекающие людской поток к Вашему магазину? Может быть, Вы окажетесь рядом с бизнесом, который будет конфликтовать с Вами?

Например, если Вы предлагаете покупателям готовые товары (предметы женской и мужской одежды, электроприборы или дорогие ювелирные украшения), то лучше всего находиться рядом с другими магазинами готовых товаров. Напротив, не рекомендуется размещать магазин готовых товаров в районе магазинов потребительских товаров. Магазины потребительских товаров включают супермаркеты, магазины хозтоваров и упаковки, пекарни, аптеки.

Обратите внимание на торговые центры в Вашем районе. Вы обязательно найдете магазины одежды, готовых и потребительских товаров, сосуществующие под одной крышей. В такой ситуации все равно важно находиться в такой секции торгового центра, которая больше соответствует тому, что Вы продаете. Например, зоомагазин не должен располагаться по соседству с рестораном, парикмахерской или салоном красоты. Магазин подарков лучше



расположить возле таких мест, как универмаги, кинотеатры, рестораны – короче говоря, там, где скапливаются постоянные посетители, ктоорые могут обратить на несколько минут внимание на витрину подарочного магазина.

Торговые ассоциации

Большинство новых владельцев бизнесов не имеют представления насколько полезными могут быть сильные торговые ассоциации в рекламе и поддержании бизнеса в определенном районе. Всегда старайтесь узнать о существовании торговых ассоциаций. Присутствие эффективной торговой ассоциации может укрепить Ваш бизнес и сэкономить средства с помощью программ коллективной рекламы и коллективных мер безопасности.

Сильная торговая ассоциация может иметь коллективный доступ к тому, о чем индивидуальный владелец магазина даже мечтать не может. Некоторые ассоциации могут убедить городские службы построить дорожный выезд неподалеку от своего торгового центра.

Другие добиваются и получают городские средства для переоборудования и ремонта своих торговых центров, включая увеличение площади стоянок, ремонт фасадов зданий и установку лучшего освещения.

Торговые ассоциации могут быть особенно эффективны в рекламе магазинов, используя обычные программы и мероприятия и во время праздников. Коллективная выгода от таких рекламных компаний в несколько раз больше того, что мог бы себе позволить индивидуальный торговец.

Как Вы можете определить, является ли местная торговая ассоциация, на которую Вы обратили внимание, достаточно эффективной? Спросите у владельцев других магазинов в этом районе. Узнайте:

- Сколько членов в ассоциации?
- Кто в ней работает?
- Как часто собираются собрания?
- Каковы вступительные взносы?
- Что именно было достигнуто ассоциацией за последние 12 месяцев?

Попросите копию протокола последнего собрания членов. Подсчитайте, какой процент членов на нем присутствовал.

Что если такой торговой ассоциации не существует? Обычно если определенный торговый район или торговый центр не имеет торговой ассоциации (или она неэффективна), это означает, что он испытывает спад деловой активности. Очевидно, Вы сможете заметить, что территория замусорена или загромождена, есть много пустующих магазинов, стоянка автомашин требует ремонта, и другие подобные симптомы. Вы должны сторониться мест с такими угрожающими признаками. Это можно легко сделать с помощью небольшого расследования на месте.

Внимание владельца помещения

Внимание владельца помещения к индивидуальным нуждам торговца непосредственно связано с внешним видом этого помещения. К сожалению, некоторые владельцы помещений для розничной торговли мешают работе бизнеса своих арендаторов. Они часто ответственны за упадок своего имущества.



Из-за ограничения размещения и размера рекламных щитов, из-за игнорирования потребностей здания в ремонте и поддержания его эксплуатационном состоянии, Из-за арендования соседних помещений несовместимым по типу бизнесам (или, еще хуже, непосредственно конкурирующим бизнесам), владельцы помещений могут лишиться торговца возможности развивать свой бизнес.

Иногда владельцам помещений не хватает средств для ухода за своим имуществом. Вместо инвестирования в свое имущество посредством поддержания его в хорошем состоянии и заботясь о своих арендаторах, они пытаются выжать из этого имущества все, что возможно.

Чтобы узнать, насколько владелец имущества внимателен к нуждам арендаторов, поговорите с ними до того, как вы будете давать обязательство о въезде. Спросите их:

- Как быстро владелец помещения отвечает на звонки и присылает технический персонал?
- Нужно ли постоянно надоедать владельцу помещения, чтобы сделать обычный мелкий ремонт?
- Может владелец только собирает арендную плату и исчезает? Проявляет ли он внимание к нуждам арендаторов?
- Ограничивает ли владелец маркетинговые инновации своими правилами?

Зонирование и планирование

Комиссия по зонированию Вашего муниципалитета будет рада предоставить Вам самую свежую карту месторасположения зоны предполагаемого предприятия розничной торговли и близлежащих районов. Вот некоторые вопросы, требующие внимания:

Существуют ли ограничения, которые могут сказаться на Ваших действиях?

Не может ли строительство или изменения в услугах городского транспорта создать препятствия для вашего магазина?

Будут ли изменения в зонировании негативно влиять на существующие в данный момент конкурентные преимущества этого месторасположения? Может эти изменения создадут преимущества для Ваших конкурентов или позволят новым конкурентам появиться в Вашем районе торговли?

Большинство зональных советов, наряду с региональными комитетами экономического развития, планируют на несколько лет вперед. Они могут Вам предоставить важную информацию, чтобы помочь Вам выбрать среди предполагаемых мест для розничной торговли.

Арендный договор

Прямое отношение к зонированию имеет предполагаемая продолжительность Вашего пребывания и Ваш арендный договор. Перед тем как заключать договор об аренде помещения, Вы должны получить информацию о будущих зональных планах и решить, как долго Вы собираетесь оставаться на предполагаемом месте:

- Вы собираетесь оставаться на Вашем первом месте на неопределенный срок или на ограниченное количество лет?
- Если Ваш бизнес будет успешным, сможете ли Вы увеличить свою площадь на этом месте?



- Предоставляет ли арендный договор возможность его продления через определенное время? (С другой стороны, если договор ограничен по сроку, может Вам придется найти другое место?)

Внимательно изучите предлагаемый арендный договор. Посоветуйтесь со своим юристом и другими специалистами. Проверьте:

- Закрепляет ли договор арендную плату в зависимости от объема продаж или устанавливает фиксированную оплату?
- Защищает ли он Вас как арендатора?
- Учитывает ли договор в письменном виде обещания владельца помещения в отношении ремонта, строительства и реконструкции, декорирования, переделок и эксплуатации?
- Запрещает ли договор субаренду?
- Примите к рассмотрению все эти факторы пред тем как принимать на себя обязательство об аренде.

Другие соображения

Другие соображения имеют разную степень значения в выборе места для предприятия розничной торговли, в зависимости от Вашего типа бизнеса. Следующие вопросы могут помочь Вам в выборе места для магазина:

- Сколько Вам требуется площади для торгового зала, офиса, склада, подсобного помещения?
- Имеется ли адекватная автостоянка?
- Требуется ли Вам специальное освещение, обогрев, охлаждение или другие условия?
- Намного ли увеличатся Ваши рекламные расходы, если выберите относительно дальнее месторасположение?
- Обслуживается ли этот район общественным транспортом?
- Можно ли в этом районе найти работников?
- Достаточен ли уровень противопожарной безопасности и полицейской защитой?
- Не ли проблем с санитарными и коммунально-бытовыми условиями?
- Достаточно ли внешнего освещения в округе, чтобы привлечь вечерних покупателей и чтобы они чувствовали себя в безопасности?
- Имеются ли туалеты для покупателей?
- Достаточно ли доступен магазин?
- Не будет ли криминальная страховка слишком высокой?
- Планируете ли Вы осуществлять доставку?
- Может быть, эта торговая зона слишком зависима от сезонного бизнеса?
- Удобно ли расположено место магазина к месту Вашего проживания?
- Проживают ли поблизости Ваши ожидаемые клиенты?
- Достаточно ли плотность населения этого района?

Помощь в выборе места

Выбор места для магазина это очень рискованное предприятие. Учитывая возможные пагубные последствия выбора неудачного места, стоит привлечь как можно больше помощи.

Можно нанять консультанта для проведения анализа двух-трех предполагаемых мест. Его услуги будут стоить меньше, если Вы предоставите ему предварительно отобранные адреса, в отличие от открытого поиска места. Вам может помочь факультет бизнеса расположенного неподалеку колледжа или университета.



Другие источники информации о потенциальных местах для розничной торговли включают банкиров и юристов. Они могут иметь опыт продолжительного наблюдения за многими местами, где их клиенты осуществляли бизнес раньше.

Агенты по недвижимости также могут предоставить местную информацию. Однако не забывайте, что их вознаграждение базируется на комиссии от сдачи помещения в аренду.

Кто ищет в спешке, медленно раскаивается

Выбор места магазина требует времени и тщательного обдумывания. Это нельзя делать в спешке, как и по совпадению, в получении кредита. Если Вам не удалось найти подходящее место, не открывайте магазин, пока не будете абсолютно уверены, что нашли то, что Вам нужно. Отложите свои планы и не соглашайтесь на любой другой вариант в надежде, что из этого что-нибудь получится. Отсрочка в несколько месяцев это небольшая потеря по сравнению с крупными, даже фатальными, проблемами, которые происходят в случае неудачного выбора места для предприятия розничной торговли.

Центр услуг предпринимательству «Канада-Онтарио» (COBSC/CSECO) предоставляет деловую информацию на официальных языках Канады – английском и французском. Некоторые из самых полезных наших документов переведены также в порядке любезности и на ряд других языков. За дополнительной информацией по предпринимательству просьба обращаться к сотруднику информационной службы COBSC/CSECO по телефону 1-888-576-4444.