

УДК 711.4

ПЕРЕВЕРЗЕВА Н. В.
САНOK С. И.

Особенности изменения функционального состава центральной торговой зоны в процессе ее развития



**Переверзева
Наталья
Викторовна**

кандидат архитектуры,
советник РААСН,
ведущий научный
сотрудник Филиала ФГБУ
«ЦНИИП Минстроя России»
УралНИИпроект

e-mail:
nvpereverzeva@yandex.ru

Статья посвящена рассмотрению развития центральной торговой зоны города Екатеринбурга с 2006 года по настоящее время. Произведен анализ по количеству основных функциональных составляющих центральной торговой зоны. Определены изменения в функциональном составе зоны, которые влияют на ее дальнейшее планировочное развитие.

Ключевые слова: центральная торговая зона, функциональная организация, торгово-пешеходная зона, стрит-ритейл.

PEREVERZEVA N. V., SANOK S. I.

PECULIARITIES OF CHANGING THE FUNCTIONAL COMPOSITION OF THE CENTRAL TRADE ZONE IN THE PROCESS OF ITS DEVELOPMENT

The article is devoted to the development of the Central shopping area of the city of Yekaterinburg since 2006 to the present. An analysis was made of the number of main functional components of the Central trading zone. Changes in the functional composition of the zone have been determined, which affect its further planning development.

Keywords: Central trading zone, functional organization, trade and pedestrian zone, street retail.



**Санок
Сергей
Иосифович**

кандидат архитектуры,
профессор,
зав. кафедрой
«Градостроительства»
УралГАХУ

e-mail: grado@usaaa.ru

Социальное переустройство начала 1990-х гг. привело к новым отношениям в сфере финансов, торговли и обслуживания, переоценке понимания функции общегородского центра. Избыточное предложение товаров и услуг дало возможность выбора форм времяпрепровождения. На территории центров крупнейших российских городов произошло стихийное формирование зон концентрации объектов обслуживания населения, преимущественно торговой функции, появились первые торгово-развлекательные центры. Эти «торговые зоны», объединяющие от нескольких десятков до нескольких сотен объектов торговли, обслуживания, развлечений и услуг, при появлении участков пешеходных улиц начали взаимодействовать между собой как взаимосвязанные планировочные элементы. Было выработано две формы ритейла, обеспечивающего удовлетворение потребностей бизнеса и потребителей, — торгово-развлекательный центр (ТРЦ) и стрит-ритейл.

Торгово-развлекательный центр (галерея, пассаж, торгово-развлекательный комплекс,

молл) — группа предприятий торговли, управляемых как единое целое и находящихся в одном здании или комплексе зданий. По определению Международного совета торговых центров, торгово-развлекательным центром можно считать группу архитектурно объединенных розничных предприятий, управляемых единой компанией, обеспеченных парковкой и расположенных на специально спланированном участке [13].

Термин «стрит-ритейл» появился примерно с 2007 г., когда возникла необходимость обозначить формат торговли, отличный от торговых центров и супермаркетов. Стрит-ритейл (от англ. «уличная торговля») — это встроенные и пристроенные магазины на нижних этажах зданий с собственными входами и витринами, ориентированные, прежде всего, на пешеходов, где горожане делают покупки во время прогулки в центре [12]. Бизнес стрит-ритейла — это малый и средний бизнес «законченного цикла», предлагающий готовую продукцию или предоставляющий различные услуги населению, ориентированный на конечного потребителя, заинтересованный

в приобретении помещений на тех улицах, где в течение всего дня присутствует большое количество прохожих [16]. Основное отличие стрит-ритейла от торгово-развлекательного центра — многосценарное планировочное и функциональное развитие территории. Стрит-ритейл быстрее реагирует на изменение покупательской способности и запросов.

Особым спросом помещения формата стрит-ритейл пользуются у операторов сегмента «одежда-обувь», банков и предприятий общепита. Самыми востребованными остаются негабаритные площади до 50 кв. м на пешеходных улицах, так как концепция многих торговых марок строится на наличии собственного бутика [15]. Наибольший интерес создание торгово-пешеходных улиц вызывает у операторов общепита, как, например, Старый Арбат (г. Москва), который за все время своей «пешеходности» не стал полноценным торговым коридором — на улице преобладают рестораны и кафе.

Как отмечают эксперты по недвижимости, пешеходные улицы не только повышают качество жизни и городской среды, но и увеличивают ее инвестиционную привлекательность, рентабельность стрит-ритейла повышается на 20–30% [6]. Успешность функционирования стрит-ритейла и в целом центральной торговой зоны зависит от стабильности и величины пешеходного потока посетителей, уровня общественной активности, создаваемой на них, выбранной концепции развития торговой зоны. В свою очередь, величина устойчивого потока, который обеспечивает в основном общественный транспорт, напрямую зависит от удобства планировочной организации и социальной привлекательности ценных городских территорий, от комфортности и благоустроенности городской среды, физической безопасности, наличия широкого выбора товаров и услуг, а также мест для отдыха и развлечений.

Рассмотрим формирование центральной торговой зоны на примере ул. Вайнера в г. Екатеринбурге, которая практически всегда была торговым центром Свердловска-Екатеринбурга. На ней были расположены главные торговые объекты городского значения, такие как ЦУМ, Пассаж, Центральный гастроном, Детский мир, которые являлись центрами притяжения для жителей города и региона. В середине 1990-х гг. ул. Вайнера была целиком заполнена киосками с одеждой и обувью, аудио- и видеокассетами (Иллюстрация 1). Спрос на помещения в первых этажах зданий был высок, но из-за технических особенностей такие помещения не удовлетворяли потребностям инвесторов, что и провоцировало развитие уличной рыночной торговли. Эти обстоятельства повышали коммерческую, но снижали социальную привлекательность наиболее ценных городских территорий.

Параллельно с процессом стихийного развития потребительского рынка появилось понимание того, что на территории городского центра формируется новый пространственно-развитый объект, который имеет свои особенности и характеристики: он требовал осмысления и определенного регулирования. Принимая во внимание международный опыт организации торгово-коммерческих зон и пешеходных улиц, Администрация города Екатеринбурга ввела в оборот представление о центральной торговой зоне. Была определена условная граница, которая охватывала несколько кварталов в ядре общегородского центра, предпочтительное функциональное насыщение территории [4].

Маркетинговое исследование, проведенное консалтинговой компанией «Урал-Гермес» [2] в рамках разработки Стратегического проекта «Центральная торговая зона», определило основные потребительские группы, мотивы



Иллюстрация 1. Фрагмент ул. Вайнера периода 1990-х гг.: застройка пешеходной улицы системой киосков [11]

их поведения, наиболее посещаемые виды учреждений и ранг потребительской ценности этих объектов, взаимосвязь потребительской активности с транспортной и пешеходной доступностью объектов обслуживания. Систематизация количественных и качественных показателей объектов (планировочные — занимаемая площадь, наличие или отсутствие парковочных мест, функциональные — формат предприятий, ассортимент товаров и услуг) позволила выявить особенности размещения таких объектов в центральной торговой зоне:

- средняя площадь объектов торговли и общественного питания в районе центральной торговой зоны составляет 150 кв. м, что объясняется размещением объектов в первых этажах зданий;
- большинство предприятий торговли, общественного питания и услуг не имеют достаточного количества парковочных площадей, что не влияет на популярность и посещаемость данных объектов;
- объекты торговли и предприятия питания и услуг, расположенные в центре города, относятся к объектам избирательного обслуживания, зона действия которых распространяется на весь город и даже за его пределы. Продолжение размещения здесь таких объектов позволит увеличить привлекательность зоны, удовлетворить разнообразные запросы потребителей, а также улучшить имидж города;
- ассортимент товаров и услуг предприятий и объектов обслуживания относится к категории уникальных, характерных для городского центра.

Представленные в общегородском центре ассортиментные группы товаров и услуг ориентированы на пешеходов («пешеходно-ориентированная» функция). Это необходимо учитывать при разработке планировки центральной торговой зоны. Требования о создании большого числа парковочных мест не являются обязательными. Отказ от создания парковок снизит затраты и повысит инвестиционную привлекательность ЦТЗ. Это широко используется в торговых зонах за рубежом.

Данные положения нашли отражение в стратегических проектах «Центральная торговая зона» и «Торговые узлы» [4, 5]. Основными задачами при организации такого объекта ставились: увеличение площадей предприятий торговли на первый этап реализации в два раза, а на итоговый период — в три раза, пропорциональное увеличение площадей предприятий питания, услуг и развлечений.

Улица Вайнера в 2006 г., на момент начала реализации Стратегического проекта «Центральная торговая зона», представляла собой участок пешеходной зоны протяженностью 380 м от ул. Ленина до ул. Малышева, на участке от ул. Малышева до ул. Куйбышева — это была улица с активным движением транспорта. Основными точками

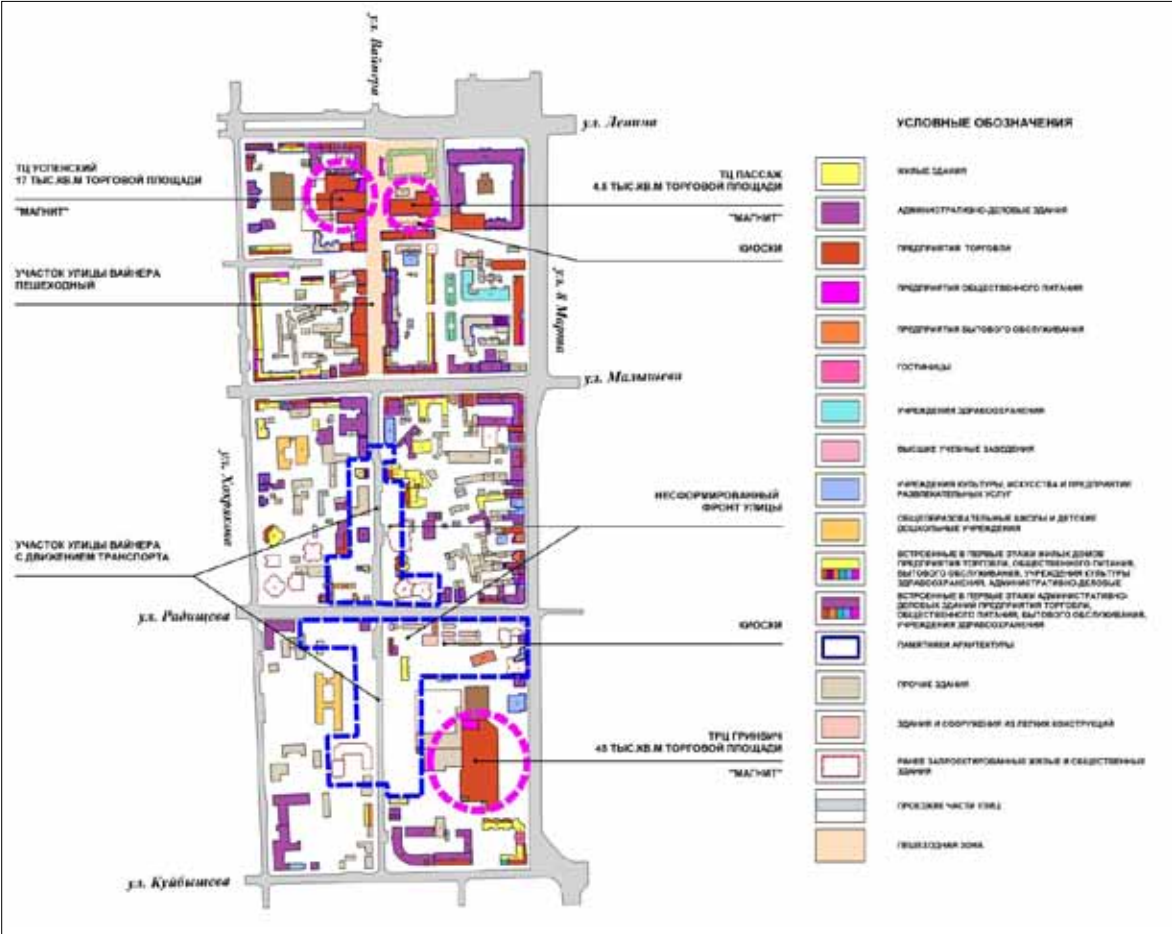


Иллюстрация 2. Схема функционально-планировочной организации ул. Вайнера на 2006 г. Автор Н. В. Переверзева

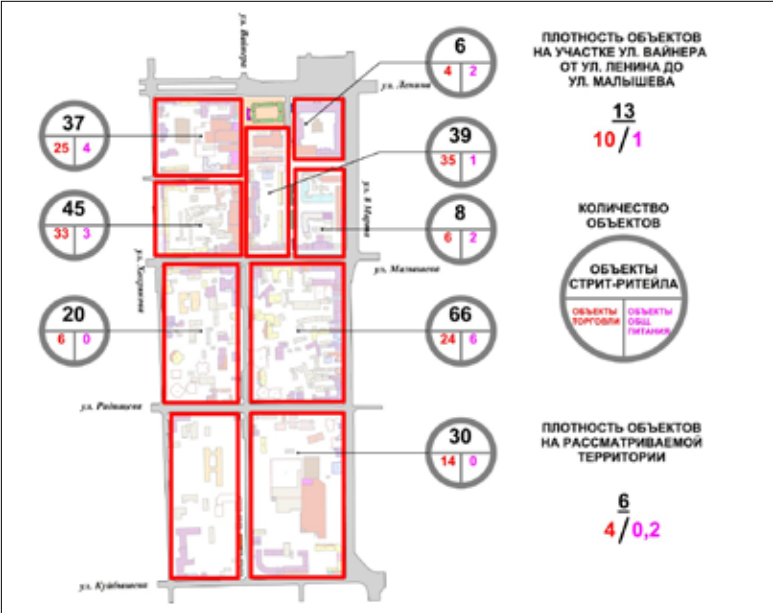


Иллюстрация 3. Показатели плотности объектов стрит-ритейла на 2006 г. Автор Н. В. Переверзева

притяжения были ТЦ «Успенский» (торговая площадь 17 тыс. кв. м [14]), ТРЦ «Гринвич» (торговая площадь 45 тыс. кв. м [8]), ТЦ «Пассаж» (ориентировочная торговая пло-

щадь 4,5 тыс. кв. м). Прилегающие к ул. Вайнера кварталы находились в процессе активного формирования нового фронта улицы — сноса ветхой застройки, строительства жилых

комплексов с помещениями для объектов обслуживания населения и торговых комплексов (ТЦ «Бум», ТРЦ «Гринвич»).

Авторами статьи в 2006 г. проведено обследование территории центральных кварталов в границах улиц Ленина — 8 Марта — Куйбышева — Хохрякова на предмет размещения и определения зон концентрации объектов стрит-ритейла (Иллюстрация 2). На основании данных поквартального натурного обследования определена дислокация объектов ЦТЗ по их функциональному назначению. На территории цветами выделены объекты обслуживания по следующим группам: предприятия торговли — красный, общественного питания — розовый, объекты развлекательных услуг — синий, объекты обслуживания и административно-деловые объекты — фиолетовый.

В процессе функционального анализа по признаку концентрации функций на рассматриваемой территории определено, что плотность объектов стрит-ритейла на территории в районе пешеходной части составляла 13 объектов/га. Из общего количества объектов показатель

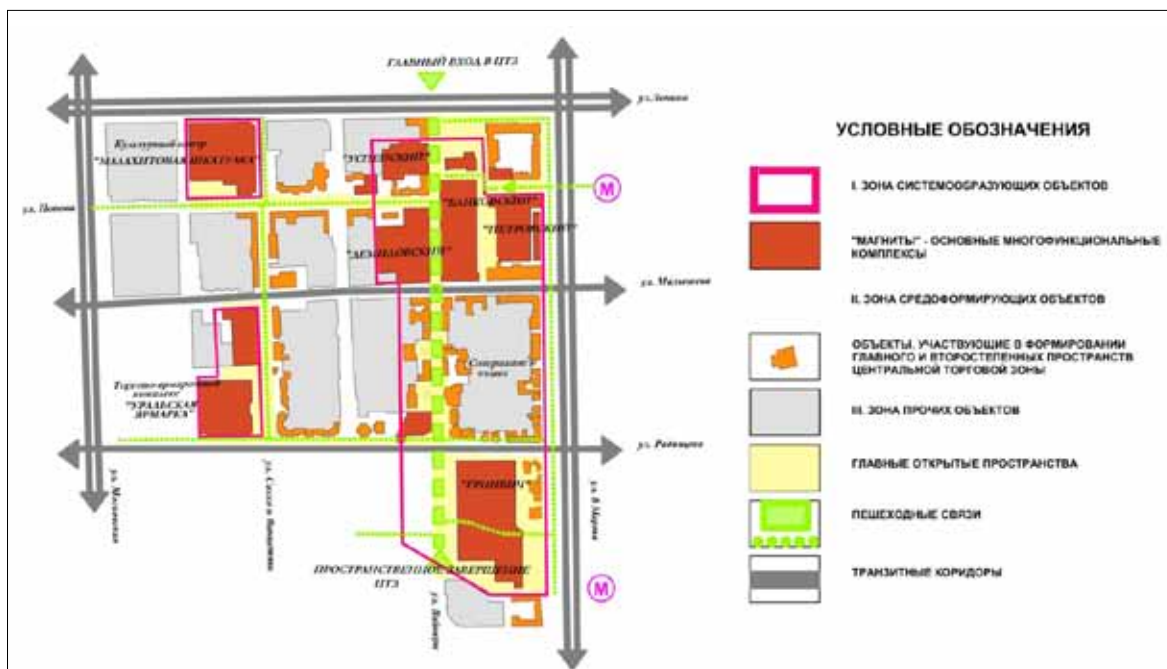


Иллюстрация 4. Планировочная модель ЦТЗ Екатеринбурга. Автор Н. В. Переверзева

плотности предприятий торговли составлял 10 объектов/га, предприятий общественного питания — 1 объект/га. В целом на рассматриваемой территории показатель плотности объектов стрит-ритейла составлял 6 объектов/га, из них предприятий торговли — 4 объекта/га, общественного питания — 0,2 объекта/га (Иллюстрация 3). В расчете не учитывались объекты торговли и общественного питания, находящиеся на территории торгово-развлекательных центров, такие объекты принимались за одну единицу.

Одним из этапов реализации Стратегического проекта «Центральная торговая зона» стал проект планировки, разработанный в 2006 г. авторским коллективом МУ «Мастерская генерального плана», в который входили авторы статьи. В проекте разработана планировочная модель, которая включала три пространственно-развитых зоны: первая — торгово-пешеходная ул. Вайнера (от ул. Ленина до ул. Куйбышева), вторая — квартал в границах улиц Шейнкмана — Ленина — Сакко и Ванцетти — Попова, третья — квартал в границах улиц Малышева — Сакко и Ванцетти — Радищева — Шейнкмана. Между собой узлы связаны пешеходными улицами (Иллюстрация 4).

При формировании модели ЦТЗ разработаны «временные регламенты», которые привели к первым функциональным и планировочным изменениям — были ликвидированы киоски и лотки, организован уча-

сток пешеходной зоны по ул. Вайнера от ул. Ленина до ул. Малышева. Однако период реализации показал, что механизмы предложенных мероприятий не отработаны. Механическое увеличение концентрации предприятий торговли, обслуживания и развлечений в ЦТЗ приводит не только к деградации планировочной структуры городского центра, но и к более серьезным проблемам, влияющим на развитие города в целом. Планируемая организация пешеходных улиц на территории с преимущественно жилой функцией в условиях активного роста потоков транспорта и при отсутствии мест парковки для транспорта жителей практически нереализуема.

В диссертации «Центральная торговая зона: принципы формирования на примере крупнейших городов Урало-Сибирского региона» [3] разработана функционально-планировочная модель ЦТЗ, где экспериментальным путем и на основании зарубежного опыта определена прогнозная плотность распределения объектов на территории зоны — 13 объектов/га, на территории наибольшей концентрации объектов — ядро зоны — 20–30 объектов/га. Основными и равными по значимости функциональными составляющими являлись объекты торговли, общественного питания и развлечений. Объекты бытовых услуг рассматривались как сопутствующие. В этом исследовании ул. Вайнера и прилегающая к ней территория определены ядром ЦТЗ.

В период с 2006 г. по настоящее время ул. Вайнера и прилегающие к ней кварталы в рамках реализации проекта «Центральная торговая зона» получили дальнейшее развитие (Иллюстрация 5). Протяженность пешеходных участков ул. Вайнера увеличилась на 600 м; общая длина пешеходной зоны составляет 980 м. Реализация таких крупных торговых объектов, как ТРЦ «Пассаж» (29 тыс. кв. м торговой площади, 150 магазинов, рестораны, кинотеатр [9]), ТРЦ «Гринвич» (274 тыс. кв. м торговой площади, 300 магазинов, 12 кинозалов, рестораны [8]), привело к значительному увеличению пешеходного потока и, соответственно, объектов стрит-ритейла. Также изменения произошли в функциональном составе ЦТЗ, а именно в перераспределении основных функциональных составляющих.

Авторами статьи в 2018 г. проведена дислокация объектов по тем же четырем группам на основании данных базы электронного плана Екатеринбурга: предприятия торговли, общественного питания, развлечений и услуг [7]. Показатель плотности объектов стрит-ритейла в районе ул. Вайнера от ул. Ленина до ул. Малышева составил 16 объектов/га, из них объекты торговли — 8 объектов/га, общественного питания — 3 объекта/га. В целом на рассматриваемой территории показатель плотности объектов стрит-ритейла составил 8 объектов/га, из них объектов торговли — 3 объекта/га, общественного питания — 2 объекта/га (Иллюстрация 6).

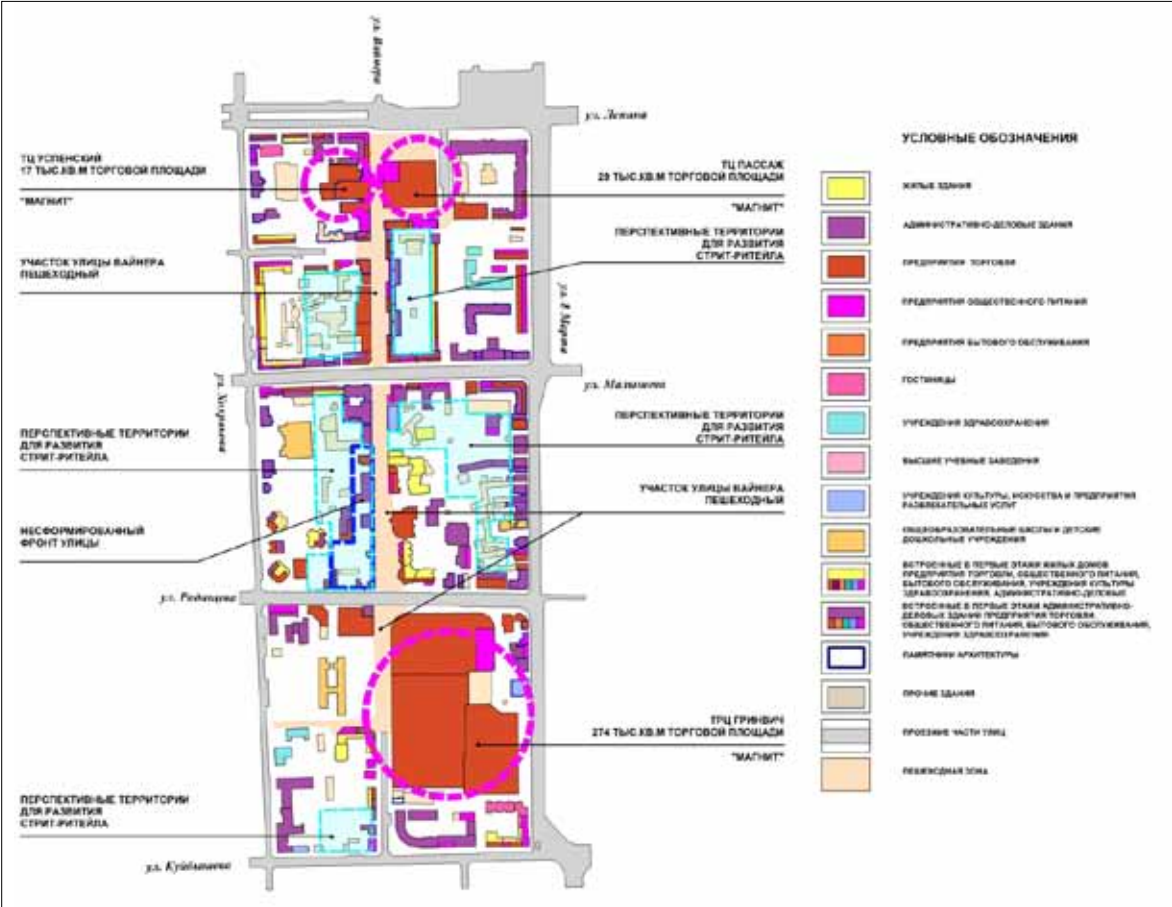


Иллюстрация 5. Схема функционально-планировочной организации ул. Вайнера на 2018 г. Автор Н. В. Переверзева

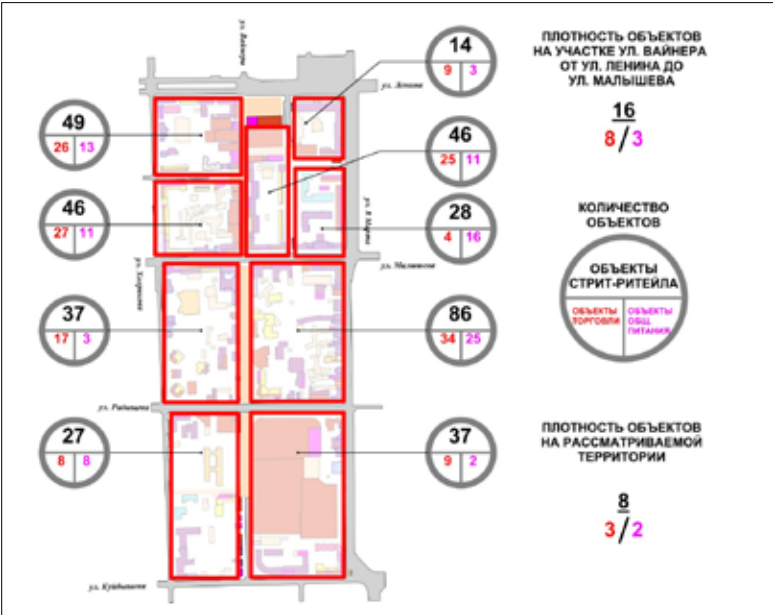


Иллюстрация 6. Показатели плотности объектов стрит-ритейла на 2018 г. Автор Н. В. Переверзева

При сравнении показателей плотности виден рост количества объектов питания практически в 6 раз: 18 объектов в 2006 г. против 102 объектов в 2018 г.; сокращение объектов торговли на 10%: 178 объ-

ектов в 2006 г. против 159 объектов в 2018 г. Одна из причин низкой плотности объектов на участке ул. Вайнера от ул. Малышева до ул. Радищева — это несформированный фронт

улицы. Объекты стрит-ритейла находятся с восточной стороны улицы. С западной стороны расположены отдельно стоящие объекты, в основном это объекты культурного наследия, в которых размещены административные учреждения. Что касается развлечений, к которым относились такие форматы, как ночные клубы, салоны игровых автоматов, тотализаторы, бильярд и компьютерные клубы, то в этом виде они перестали существовать на рынке стрит-ритейла. Сегодня мы имеем кинотеатры, детские развлекательные зоны, расположенные в составе крупных торгово-развлекательных центров [8, 9].

Изменения в функциональном составе стрит-ритейла закономерны. Это подтверждается зарубежным опытом организации торгово-пешеходных зон, а также исследованиями стрит-ритейла в зоне торгово-пешеходных улиц Москвы, где создание современных торгово-пешеходных зон — одно из приоритетных направлений. Арендаторы профиля «общественное питание» занимают более половины (54,3%) стрит-ритейла в пешеходных зонах столицы [6]. Отмечен рост спроса на помещения

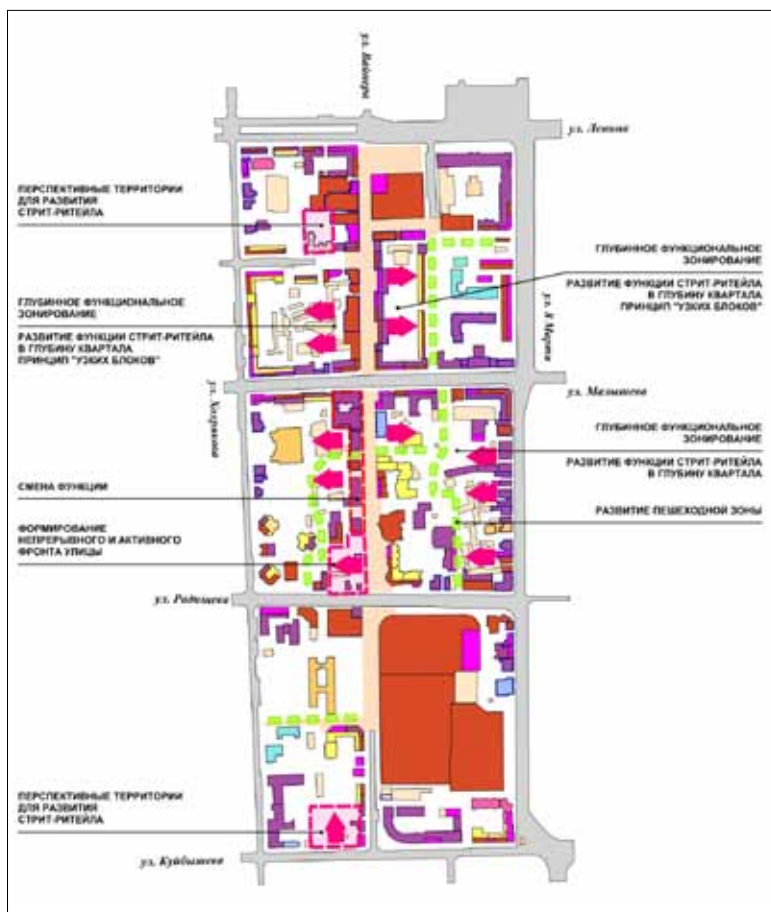


Иллюстрация 7. Схема планировочной организации по расширению функций по ул. Вайнера. Автор Н. В. Переверзева

площадью от 100 до 300 кв. м (44% от общего объема запросов) [10].

В процессе развития центральной торговой зоны Екатеринбурга с 2006 г. по настоящее время наблюдаются процессы, характерные и для других торгово-пешеходных зон, зарубежных и отечественных:

- изменение в функциональном составе зоны: ведущие функциональные составляющие объекты торговли и общественного питания представлены в примерно равном соотношении; сопутствующими выступают объекты бытовых услуг; изменился формат развлечений, ушедших с рынка стрит-ритейла в крупные торгово-развлекательные комплексы;
- появление двух крупных торгово-развлекательных центров, своего рода «магнитов», аккумулирующих поток посетителей, привело к увеличению пешеходного потока и, как следствие, увеличению плотности стрит-ритейла, которая на сегодняшний день стремится к оптимальным (прогнозируемым) показателям — 20–30 объектов/га [3].

Достижению оптимальных показателей плотности распределения объектов в центральной торговой зоне на ул. Вайнера в г. Екатеринбург поможет ряд функциональных и планировочных мероприятий:

- создание на пешеходной улице объектов торговли и общественного питания в процентном соотношении пятьдесят на пятьдесят за счет предоставления налоговых преференций объектам общественного питания;
- вынос административных учреждений с территории торгово-пешеходной зоны, заполнение свободных площадей объектами стрит-ритейла для создания активного фасада улицы;
- уплотнение застройки западной стороны ул. Вайнера на участке от ул. Малышева до ул. Радищева за счет использования свободных пространств для создания единого неразрывного фронта; как вариант — реконструкция исторической среды путем переноса объектов культурного наследия и заполнения этих объектов стрит-ритейлом;
- формирование стрит-ритейла по принципу «множества узких

блоков», т. е. множество дверей вдоль пешеходной улицы [1];

- развитие пешеходной зоны в глубину существующих кварталов и создание дублирующих ул. Вайнера пешеходных зон;
- развитие территории прилегающих к ул. Вайнера кварталов по типу пассажей, функция стрит-ритейла должна развиваться в глубину квартала;
- ориентация ЦТЗ на использование общественного транспорта и отсутствие парковок, особенно на прилегающей к пешеходной зоне территории, что необходимо использовать при разработке местных нормативов градостроительного проектирования (Иллюстрация 7).

Заключение

Центральная торговая зона является квинтэссенцией городского центра. Она ориентирована на все потребительские группы и удовлетворение широкого круга запросов, формирует особую атмосферу разнообразия впечатлений.

Изменение в потребностях общества, возрастающие требования к городской среде отражаются в отношении потребителя к торговой зоне. Приобретение товаров ушло на второй план. Необходима организация комфортного благоустроенного пространства, размещение объектов, связанных с общением, коммуникациями, наблюдением (кафе, рестораны с летними верандами под открытым небом, закрытые пешеходные улицы). Переориентация функционального насыщения влечет за собой переосмысление планировочной организации центральной торговой зоны. Прежде всего, это продолжение развития пешеходной зоны путем уменьшения парковочных мест, создание активного непрерывного фронта улицы, реконструкция существующих объектов по принципу «множества узких блоков» для увеличения количества объектов стрит-ритейла.

Роль муниципалитета — регулирование деятельности ЦТЗ путем налоговых преференций для бизнеса и создания комфортной городской среды для социума, что поддерживает имиджевую составляющую города.

Список использованной литературы

- 1 Гейл Я. Города для людей / Я. Гейл. — М.: Альпина Паблишер, 2012. — 276 с.
- 2 Маркетинговое исследование центральной торговой зоны города

- Екатеринбурга и разработка предложений по ее реконструкции/Урал-Гермес. — Екатеринбург: Урал-Гермес, 2004. — 93 с.
- 3 Переверзева Н. В. Центральная торговая зона: принципы формирования на примере крупнейших городов Урало-Сибирского региона: дис. ... канд. архитектуры: 05.23.20. — Екатеринбург, 2011. — 344 с.
 - 4 Стратегический проект «Центральная торговая зона»/Комитет по товарному рынку при Администрации города Екатеринбурга. — Екатеринбург, 2004. — 34 с.
 - 5 Стратегический проект «Торговые узлы»/Комитет по товарному рынку при Администрации города Екатеринбурга. — Екатеринбург, 2004. — 34 с.
 - 6 В Москве строят пешеходные улицы для стрит-ритейла [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.realtymag.ru/articles/nedvizhimost-moskvy/v-moskve-stroyat-peshehodnye-ulicy-dlya-stritriteyla> (дата обращения: 04.11.2017).
 - 7 Карты 2 ГИС Екатеринбург [Электронный ресурс]. — URL: 2gis.ru/ekaterinburg (дата обращения: 05.05.2018).
 - 8 О центре — ТРЦ Гринвич [Электронный ресурс]. — URL: www.grinvich.com/about (дата обращения: 05.05.2018).
 - 9 Обзор рынка торговых центров г. Екатеринбург за II полугодие 2015 г. [Электронный ресурс]. — URL: www.uralgermes.ru/files/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0/Malls_II_2015.pdf (дата обращения: 05.05.2018).
 - 10 Рынок торговых коридоров Москвы [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.retail.ru/news/139506/Retail.ru> (дата обращения: 29.10.2017).
 - 11 Стрит-магазины Екатеринбург не боятся торговых центров [Электронный ресурс]. — URL: ekbrealty.ru/analytics/4485 (дата обращения: 27.04.2018).
 - 12 Стрит-ритейл в Саратове: улица дверей, клонированные аптеки и серые зоны [Электронный ресурс]. — URL: <http://telegra.ph/Strit-ritejl-v-Saratove-06-28> (дата обращения: 29.10.2017).
 - 13 Торговый центр // Википедия. Свободная энциклопедия [Электронный ресурс]. — URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9_%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80 (дата обращения: 25.11.2017).
 - 14 Цифры и данные ТЦ Успенский [Электронный ресурс]. — URL: www.uspenskiy.ru/about/426/ (дата обращения: 05.05.2018).
 - 15 Что такое стрит-ритейл? [Электронный ресурс]. — URL: <http://rustreetretail.ru/chto-takoe-street-retail/> (дата обращения: 29.10.2017).
 - 16 Шныренков Е. А. Экономика пешеходных зон [Электронный ресурс]/Е. А. Шныренков. — URL: naukarus.com/ekonomika-peshehodnyh-zon (дата обращения: 26.04.2018).
 - 4 Strategicheskij projekt «Central'naya trgovaya zona»/Komitet po tovarnomu rynku pri Administracii goroda Ekaterinburga. — Екатеринбург, 2004. — 34 с.
 - 5 Strategicheskij projekt «Torgovyje uzly»/Komitet po tovarnomu rynku pri Administracii goroda Ekaterinburga. — Екатеринбург, 2004. — 34 с.
 - 6 V Moskve stroyat peshekhodnye ulicy dlya strit-ritejla [Ehlektronnyj resurs]. — URL: <https://www.realtymag.ru/articles/nedvizhimost-moskvy/v-moskve-stroyat-peshehodnye-ulicy-dlya-stritriteyla> (data obrashcheniya: 04.11.2017).
 - 7 Karty 2 GIS Ekaterinburg [Ehlektronnyj resurs]. — URL: 2gis.ru/ekaterinburg (data obrashcheniya: 05.05.2018).
 - 8 O centre — TRC Grinvich [Ehlektronnyj resurs]. — URL: www.grinvich.com/about (data obrashcheniya: 05.05.2018).
 - 9 Obzor rynka trgovyh centrov g. Ekaterinburga za II polugodie 2015 g. [Ehlektronnyj resurs]. — URL: www.uralgermes.ru/files/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D1%82%D0%B8%D0%BA%D0%B0/Malls_II_2015.pdf (data obrashcheniya: 05.05.2018).
 - 10 Rynok trgovyh koridorov Moskvy [Ehlektronnyj resurs]. — URL: <https://www.retail.ru/news/139506/Retail.ru> (data obrashcheniya: 29.10.2017).
 - 11 Strit-magaziny Ekaterinburga ne boyatsya trgovyh centrov [Ehlektronnyj resurs]. — URL: ekbrealty.ru/analytics/4485 (data obrashcheniya: 27.04.2018).
 - 12 Strit-ritejl v Saratove: ulica dverej, klonirovannye apteki i serye zony [Ehlektronnyj resurs]. — URL: <http://telegra.ph/Strit-ritejl-v-Saratove-06-28> (data obrashcheniya: 29.10.2017).
 - 13 Torgovyy centr // Vikipediya. Svobodnaya ehnciklopediya [Ehlektronnyj resurs]. — URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%BE%D0%B2%D1%8B%D0%B9_%D1%86%D0%B5%D0%BD%D1%82%D1%80 (data obrashcheniya: 25.11.2017).
 - 14 Cifry i dannye TC Uspenskiy [Ehlektronnyj resurs]. — URL: www.uspenskiy.ru/about/426/ (data obrashcheniya: 05.05.2018).
 - 15 Chto takoe strit-ritejl? [Ehlektronnyj resurs]. — URL: <http://rustreetretail.ru/chto-takoe-street-retail/> (data obrashcheniya: 29.10.2017).
 - 16 Shnyrenkov E. A. Ehkonomika peshekhodnyh zon [Ehlektronnyj resurs]/E. A. Shnyrenkov. — URL: naukarus.com/ekonomika-peshehodnyh-zon (data obrashcheniya: 26.04.2018).

Spisok ispol'zovannoj literatury

- 1 Gejl Ya. Goroda dlya lyudej / Ya.A. Gejl. — М.: Al'pina Publisher, 2012. — 276 s.
- 2 Marketingovoe issledovanie central'noj trgovoj zony goroda Ekaterinburga i razrabotka predlozhenij po ee rekonstrukcii/Ural-Germes. — Екатеринбург: Ural-Germes, 2004. — 93 s.
- 3 Pereverzeva N. V. Central'naya trgovaya zona: principy formirovaniya na primere krupnejshih gorodov Uralo-Sibirskogo regiona: dis. ... kand. arhitektury: 05.23.20. — Екатеринбург, 2011. — 344 s.