

# Современные форматы предприятий торговли

2015 год

# ФОРМАТЫ ТОРГОВЛИ

## ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ АССОРТИМЕНТ

Бентам

Гипермаркет

Дискаунтер

Дискаунтер

Дискаунтер

мягкий  
Магазин «у дома»

Оптовый клуб

Супермаркет

Супермаркет

экономный

## НЕПРОДОВОЛЬСТВЕННЫЙ АССОРТИМЕНТ

DIY (Do It  
Yourself)

Баумаркет

Бутик

Дрогери

Интернет-магазин

Каскет

Специализированный  
магазин

Убийца товарных  
линий

Универмаг

## СИНТЕТИЧЕСКИЙ ФОРМАТ

Cash & Carry

Outlet  
centers

Вендинг

Transit Facilitated  
Retail

Экспресс-магазин

Молл (галерея,  
торговый центр)

Торговый  
квартал

| <b>Формат</b>                                 | <b>Предприятие</b>                                  |
|---|---|
| Бентам  | -   |
| Гипермаркет                                   | «Ашан», «Лента», «Континент»                        |
| Дискаунтер                                    | «Холди», «Парфюм-лидер»                             |
| Магазин «у дома»                              | «Продукты 24»                                       |
| Оптовый клуб                                  |   |
| Супермаркет                                   | «Наш магазин», «Магнит», «Сибиряда», «Еда»          |
| DIY (Do It Yourself)                          | «Бауцентр», «ОБИ», «Castorama», «Leroy Merlin»      |
| Баумаркет                                     | -   |
| Бутик   | «Красное и белое», «Шенонсо», «Манго», «Вестфалика» |
| Дрогери                                       | -   |
| Интернет-магазин                              | «Сюрприз», «Удобный»                                |
| Каскет  | «Эконика»   |
| Специализированный магазин (мастер категорий) | «Посуда Центр»                                      |
| Убийца товарных категорий                     | «ИКЕА»  |
| Универмаг                                     | «Дружный мир»                                       |
| Cash & Carry                                  | «Metro Cash & Carry», «Геомарт»                     |
| Outlet centers (outlet malls)                 | -   |
| Transit Facilitated Retail                    | -   |
| Вендинг                                       | «Омсквендинг», «Кофе-вендинг», «ВендМаркет»         |
| Молл (галерея, торговый центр)                | Метромолл   |
| Торговый квартал                              | -   |
| Экспресс-магазин                              | -   |



# Бентам

- Продуктовый магазин самообслуживания, работающий более 16 часов в день, чаще круглосуточно. Свежие продукты в ассортименте имеют долю не более 30%.
- Площадь: 90—300 кв. м.
- Ассортимент – до 4000 наименований (обычно намного меньше).
- Весь товар размещен в торговом зале, гастрономический отдел обслуживает покупателей через прилавок с расчетом на выходе.

# Бентам



# Гипермаркет

- Магазин самообслуживания со смешанным ассортиментом с торговой площадью обычно 4-10 тыс. кв. метров (порой десятки тысяч)
- Ассортимент обычно от 30 000 до 60 000 наименований
- Присутствуют как марочные дорогие товары, так и немарочные дешевые
- Широкий набор дополнительных услуг.

# Гипермаркет





# Дискаунтер

- Магазин, предлагающий товары с минимальной (на 10% ниже, чем в среднем по рынку) торговой наценкой.
- Намеренное сужение ассортимента.



# Дискаунтер жесткий

- Нацелен на обслуживание потребителей, которые живут в непосредственной близости от магазина.
- Площадь 400-1000 кв. м.
- Выбор продуктов в одной категории достаточно скромный (ассортимент 750-900 позиций).
- Минимальные торговые наценки.
- Оплата принимается только наличными.

# Дискаунтер мягкий

- Расширенный ассортимент – 1300-1800 товарных позиций.
- В торговом зале кроме самообслуживания в небольшом количестве применяется торговля через прилавки.
- Имеет менее аскетичный дизайн торгового зала.

# Магазин «у дома»

- Небольшой магазин с торговой площадью от 300 до 600 кв. м.
- Имеет ограниченный ассортимент 3,5–5 тыс. наиболее ходовых товаров, располагается поблизости от жилых массивов.
- Индивидуальное обслуживание.
- Круглосуточный режим работы, богатый ассортимент, акцент на свежие продукты повседневного спроса (овощи, фрукты, молоко).

# Магазин «у дома»



# Оптовый клуб (Wholesale club)

- разновидность дискаунтеров, но с более низкими ценами
- необходимо членство в данном клубе, чтобы получить доступ к покупкам
- обслуживают только покупателей, делающих не менее, чем определенный объем закупок
- скромный сервис и ограниченный ассортимент.



# Супермаркет

- Большой ассортимент продовольственных товаров и определенная номенклатура непродовольственных (как правило, это предметы повседневного спроса) (12–20 тыс. наименований)
- Работает по принципу самообслуживания и рассчитан на массового покупателя.
- Площадь – 3–10 тыс. кв.м. Месторасположение: в жилых районах, может находиться как в центре, так и на окраинах в спальнях районах.
- Персонал таких магазинов может составлять 50-60 человек, и достигать 200 человек при наличии различных собственных производств – хлебопекарня, мясной цех, салатный цех и т.д.

# Супермаркет







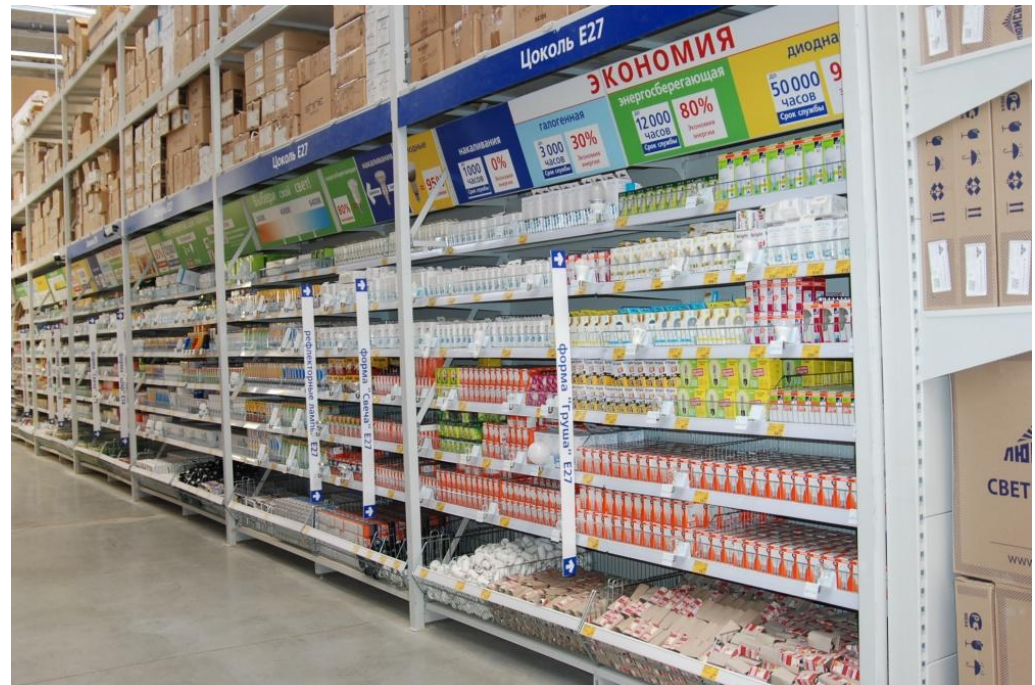
# DIY (Do It Yourself)

- Специальный гипермаркет строительных товаров.



# Баумаркет

- Реализует товары для дома и для строительства: от фундаментных блоков до флюгера на коньке кровли.
- Ассортимент - не менее 35 тыс. наименований товара.



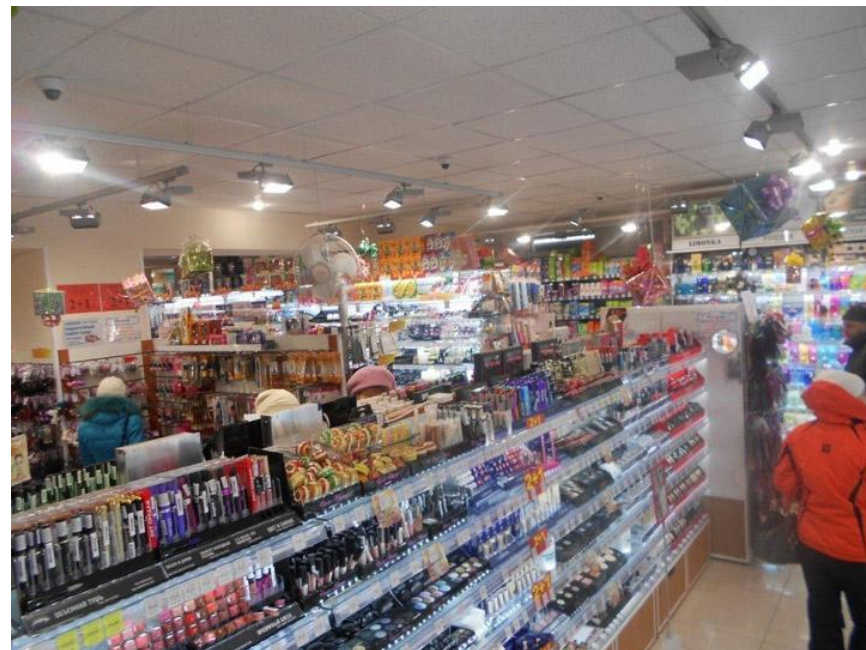
# Бутик

- Предприятие розничной торговли с небольшим торговым залом (100-300 кв. метров), в котором представлено 500-5000 наименований одной или нескольких взаимосвязанных товарных групп.
- в торговом зале установлено не более двух касс.
- Продажи в бутике носят штучный характер.
- С каждым покупателем продавец-консультант работает индивидуально.
- Бутик, как правило, продает товар коллекциями.



# Дрогери

- Магазины, специализирующиеся на бытовой химии, парфюмерии и товаров для ухода за домом, как правило, в формате экономичного супермаркета.
- Площадь – 170-300 м<sup>2</sup>.
- 80% оборота обеспечивают постоянные покупатели, проживающие в радиусе 1-2 кварталов от магазина.



# Каскет

- бутик, где представлено несколько торговых марок
- собственный склад с полным размерным рядом
- стильный дизайн торгового зала
- высокий уровень сервиса
- по ценовой политике ближе к традиционным обувным салонам, нежели к элитным бутикам.



# «Убийца» товарных категорий

- Крупные сетевые специализированные магазины.
- По площади и типу обслуживания близки к гипер- и супермаркетам, предлагают глубокий ассортимент соответствующей специализации, а по ценам больше соответствуют дискаунтерам, являясь, по сути, категорией «убийц».
- Обеспечить такой широкий ассортимент при конкурентоспособных ценах помогают выгодные условия работы с поставщиками, особенности в организации процесса продаж и логистики.



# Cash & Carry

- Магазин, торгующий мелким и средним оптом для юридических и физических лиц.
- Площадь – 12–20 тыс. м<sup>2</sup>.
- Ассортимент – 20–40тыс. позиций.
- Месторасположение – вдали от центра, на пересечении транспортных путей.
- Мелкооптовость формата определяется не объемами приобретаемой покупателем партии товара, а контингентом покупателей.
- Фактически выполняет функции магазина-склада.



# Outlet centers

- Объединяют под одной крышей или «на одной территории» магазины нескольких производителей (иногда до 200 марок) одежды, обуви, аксессуаров.
- Также здесь продаются стоки (товарные остатки) крупных торговых сетей.





# Вендинг

- Продажа товаров и услуг с помощью автоматизированных систем (торговых автоматов).

