



Узкая специфика

Автор: Валерия Миронова

Оснащение узкоспециализированного магазина подразумевает комплекс услуг, состоящий из разработки дизайна торгового зала, проектирования, производства и монтажа оборудования с учетом специфики формата. Помимо стандартного формата предполагает использование нестандартного оборудования и разработку эксклюзивных решений.

СТАНДАРТЫ ДЛЯ НЕСТАНДАРТНЫХ

При реализации проектов специализированных магазинов, по словам заместителя генерального директора компании «БИО Ритейл Групп» Елены Климовой, возможны две основные формы обслуживания: торговля через прилавок и зал самообслуживания. Торговля через прилавок рассматривается при самой малой

площади – от 50 до 150 кв. м, небольшой проходимости и узком ассортименте. Торговый зал самообслуживания выбирается для магазинов со средней – от 150 кв. м – и большой площадью, с большей пропускной способностью. Складские помещения и в том и в другом случае необходимо минимизировать и перевести функции хранения по возможности в торговую область.



Фото: Shutterstock

При оснащении магазинов малого формата приходится решать вопрос о выборе системы холодоснабжения между встроенными агрегатами и выносным холодом.

– Как правило, используются оба варианта, – говорит Елена Климова. – На выбор влияют предпочтения владельца, архитектура, расположение магазина, финансовая составляющая. Более дорогое и современное оборудование с выносным холодом создает определенный комфорт в торговом зале, при этом позволяет снизить потребление электроэнергии.

По словам коммерческого директора компании «Экспохолод» Юлии Давыдовой, предложение холодильного оборудования стандартное: среднетемператур-

Помимо стандартного малый формат предполагает использование нестандартного оборудования, разработку эксклюзивных решений. Создаются и нестандартная архитектура, и неповторимый стиль, и своя история.

ные витрины для охлажденной, низкотемпературные – для замороженной продукции. Как правило, используются лари, в которых хранится запас замороженного товара или другие продукты глубокой заморозки.

– Так как акцент делается на качестве продукта, особое значение приобретает и качество хранения – свежесть и внешний вид продуктов должны оставаться неизменными на протяжении допустимых сроков хранения и продажи, – подчеркивает ведущий специалист по продукту компании «Полаир» Светлана Щербакова.

Большое значение имеет комфортная обстановка и лаконичность торгового зала.

– Простота – главный принцип планировки магазина, – отмечает



Мнение эксперта



СЕРГЕЙ ПОКИДОВ,
директор по маркетингу компании place!

Из более или менее успешных примеров могу выделить магазины мяса на ведущих пригородных магистралях и на территории крупных дачных участков, где есть устойчивый спрос на шашлык и другие свежие мясные продукты. В последние годы также наметился спрос на свежую хлебобулочную продукцию, так что формат магазинов с мини-пекарнями потенциально может быть весьма востребованным. Жизнеспособны также специализированные магазины чая и кофе, разумеется, при грамотном выборе места торговой

директор по маркетингу ГК «Витрина» Инна Туль. – Купить оборудование для узкоспециализированного магазина означает приобрести целый комплекс

площадки. Срок хранения чая больше, чем у многих других продуктов, есть возможность зарабатывать на коллекционных и эксклюзивных сортах чая и кофе, а также на сопутствующих товарах для чайной церемонии.

Успешный специализированный магазин – это широкий и частично уникальный ассортимент основной продукции плюс грамотно подобранные сопутствующие товары и сервис. Подобная схема удачно работает в pop-food, например, в магазинах Drogerie, «Охота и рыбалка», «Магазин игрушек» и др. В продуктовом ритейле существует ограничение в виде сроков хранения продукции. И получается, что широкий ассортимент с ограниченным сроком хранения – это большие риски для ритейлера, а узкий ассортимент – отсутствие конкурентного преимущества.

но, возможно, и нестандартная архитектура, и неповторимый стиль, и своя история.

– Хотелось бы надеяться, что развитие малого формата в ритейле не пойдет по пути советских «Овощных» с безликим оборудованием и полным отсутствием стиля, а обратится к опыту европейских коллег, чьи магазинчики являются в своем роде произведением искусства, – говорит Елена Климова.

– Но в настоящее время нестандартное оборудование, дополнительные детали оформления требуют немалых финансовых вложений, это приводит к тому, что большинство специализированных магазинов пока не уделяют особого внимания дизайну торгового зала, – отмечает Юлия Давыдова.

услуг, состоящий из дизайна, проектирования, производства, доставки и монтажа.

Помимо стандартного формата предполагает использование нестандартного оборудования, разработку эксклюзивных решений. Магазины малых форматов – это не только небольшие площади,



Мнение эксперта



СВИЛЕН ЖЕЛЕВ,
региональный менеджер
компании Microinvest

Формат небольших магазинов не обеспечивает масштабных продаж, но является выгодным с точки зрения долгосрочной перспективы. Рынок небольших магазинов не насыщен и в своем большинстве не автоматизирован. Как правило, это

торговые точки, не имеющие централизованного контроля. В основном автоматизация небольших магазинов узкой направленности не требует выполнения сложных задач и комбинаций, а также вложения крупных средств, зато помогает повысить конкурентоспособность, оптимизировать и облегчить бизнес-процессы. Магазины узкой направленности начинают вводить системы самообслуживания, что является эффективным способом борьбы с очередями и удобством для покупателей.

ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ И КОМПАКТНОСТЬ

В ассортименте многих крупных российских поставщиков есть модели оборудования и набор услуг, подходящих для оснащения магазинов узкой специализации.

– Узкоспециализированные продуктовые магазины относятся к сегменту малого и среднего бизнеса, а для таких компаний важны как стоимость оборудования, так и его функциональность, надежность и сроки эксплуатации, – говорит Юлия Давыдова.

На рынке продвигаются комплексные услуги технологического проектирования, оснащения и сервисного обслуживания специализированных магазинов.

– Нередко не только проектируются и оснащаются специализированные продовольственные магазины, но и даются консуль-

тации при выборе концепции, разработке дизайн-проекта, подборе оборудования с учетом финансовой составляющей, а также, осуществляется доставка, гарантийное, послегарантийное и сервисное обслуживание, – рас-

Узкоспециализированные продуктовые магазины относятся к сегменту малого бизнеса, а для таких компаний важны как стоимость оборудования, так и его функциональность и сроки эксплуатации.

сказывает Елена Климова. – Для оснащения магазинов «Булочная» и «Кондитерская» нами создан комплекс хлебопекарного и кондитерского оборудования, для магазинов «Мясо» и «Кулинария» – комплекс технологического оборудования, подобранный

с учетом производительности предприятий.

Новинка этого сезона, удобная для оснащения малого формата, – многофункциональная система для хранения, охлаждения и замораживания продуктов, представляющая собой модульную сборно-разборную конструкцию, состоящую из отдельных секций, собранных единым блоком.

– Эта система позволяет организовать и контролировать температурный режим в каждой секции, дает возможность задней загрузки и реализации функции «стены» между технологическим

помещением и передачей продукции, решает проблемы хранения пищевых продуктов в помещениях с повышенной температурой, – поясняет Елена Климова.

В торговом зале используют витрины и пристенные горки с уменьшенной зоной выкладки.



– Витрины Kristina (Словакия) с выкладкой 700 мм, глубиной 965 мм, с охлаждаемым накопителем, используются для хранения суточного запаса продуктов, экономят пространство магазина, а витрина Zita mini кроме аналогичных характеристик имеет еще и кубический дизайн, позволяющий эффектно представить товар покупателю. Горки Kalifornia базовой глубиной 780 мм получили широкую популярность за границей именно благодаря небольшим размерам и надежности в эксплуатации, – рассказывает Юлия Давыдова.

Для торговли рыбой подойдут специальные столы из нержавеющей стали для выкладки рыбы на льду, аквариумы (как элемент оформления магазина). А для торговли замороженными полуфабрикатами большим спросом пользуются лари и лари-бонеты UGUR. Шкафы и витрины завода UGUR (Турция) востребованы в кондитерских, винных бутиках, салонах мороженого.

Для специализированных магазинов особенно важно холодильное оборудование, обеспечивающее точность установки и поддержания температуры, надежность работы, а также имеющие компактные габаритные размеры. Удобны холодильные шкафы, обеспечивающие необходимые температурные режимы для разных видов продуктов. Так, свежие рыбу и морепродукты, а также охлажденные мясо и полуфабрикаты необходимо хранить при температуре около 0 °С, гастрономические изделия – при температуре от +2 до +4 °С, овощи и фрукты – от +4 до +8 °С, а замороженные продукты – при –18 °С и ниже. Могут использоваться холодильные камеры.

– Применяются камеры небольших объемов и камеры с перегородками, обеспечивающими



разделение товарных групп и температурных режимов, – рассказывает Светлана Щербакова. – Каждый отсек охлаждается индивидуальной холодильной машиной – компактными моноблоком или сплит-системой. Холодильные камеры могут быть как стандартных размеров, так и строго индивидуальной конфигурации.

Специализированные магазины, торгующие замороженными продуктами, применяют морозильные лари и холодильные столы.

– Используются морозильные лари со стеклянными плоскими и изогнутыми крышками – для демонстрации и продажи, а с глухими крышками – для хранения продуктов, – рассказывает Светлана Щербакова. – Холодильные столы удобны для оснащения магазинов с организацией торговли

через прилавок, что является типичной для специализированных магазинов формой обслуживания покупателей. Столы располагаются за прилавками в зоне работы продавцов и совмещают функции рабочего стола и запасника для хранения охлажденных продуктов, экономя площадь магазина, рационализируя работу персонала и обеспечивая стилистическое единство торгового зала.

На рынке производится стеллажное серийное оборудование, учитывающее пожелания к торговой мебели владельцев хлебобулочных, бакалейных и кондитерских магазинов.

– Как правило, боковые декоративные стенки стеллажей, гондол (двустороннего стеллажа) и фриза для хлебобулочных, бакалейных и кондитерских магазинов изготавливаются из ДСП в любой цветовой гамме, навесные полки и накопители – из различных пород массива дерева, – говорит Инна Туль.

Магазинами малого формата востребовано эксклюзивное оборудование. Группа Cefla (Италия) специализируется на разработке оборудования для российского ритейла, разнообразного по дизайну, стилю и функциональности, с учетом современных европейских тенденций.



Мнение эксперта



ВАЛЕНТИНА ПЛОТНИКОВА,
руководитель отдела продаж компании «Эко1»

Как показывает западный опыт, формат узкоспециализированных магазинов будет востребован. В магазинах

этого формата в зависимости от площади можно выставить морозильные лари объемом от 236 до 650 л. Для небольших магазинов удобнее брать малогабаритные лари с гнутым

и прямым стеклом. Удобно использовать ларь-бонету с полезным объемом 850 л, которая одна способна заменить несколько ларей и работать как в холодильном (от +10 до –0 °С), так и в морозильном (от –18 до –25 °С) режимах. Могут быть интересны для таких магазинов и лари «Снеж» с глухой крышкой: не имея больших холодильных камер, небольшие магазины могут использовать глухие лари для хранения товара. Особенно может быть востребован двухсекционный ларь объемом 650 л, в котором можно отдельно хранить мясо и рыбу, заморозку, мороженое и т. д.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ РЕШЕНИЯ

Особенность автоматизации узкоспециализированного магазина заключается в специфике товара. Количество товарных артикулов в узкоспециализированном магазине может быть значительно меньшим, чем в обычном, но разновидностей одного продукта может быть несколько: зачастую приходится поддерживать в наличии аналогичный товар от трех, четырех и больше производителей, в разных расфасовках и упаковках.



– Возникают трудности при доставках, продажах и ревизии товаров, хаос при организации торгового объекта, – рассказывает региональный менеджер компании Microinvest Свилен Желев. – Этого можно избежать, если при создании базы данных учитывать, как будут группироваться товары – по производителю, виду расфасовки, какую информацию будет содержать имя товара – это важный момент в работе с почти идентичными продуктами и может помочь при ручном поиске, если возникнут проблемы со штрихкодом; как

будут организованы абсолютно идентичные товары, но от разных производителей и с разными штрихкодами.

На рынке внедряются ИТ-решения, разработанные специально для небольших магазинов узкой направленности, обладающие богатым функционалом.

– Предлагается складское программное обеспечение нового поколения, имеющее мощную систему анализа, учета и рассчитанное на большие нагрузки и высокую скорость, – рассказывает Свилен Желев. – Для рабочего места кассира разработан модуль, оптимально подходящий для работы в загруженном объекте, поддерживающий все операции, связанные с закупкой, хранением и продажей товара. В дополнение к основным программам предлагаются модули для создания и печати этикеток со штрихкодом и для связи между товароучетным ПО и стандартной системой видеонаблюдения. ♦



ЧАЙ, КОФЕ И ДРУГИЕ ТОВАРЫ

Для некоторых форматов, например для булочных, магазинов чай-кофе, уже разработаны интересные проекты и модели, в том числе нестандартная торговая мебель.

Как отмечают эксперты рынка, рентабельность специализированных магазинов чай-кофе, хлебобулочных и кондитерских растет. По мнению директора по маркетингу ГК «Витрина» Инны Туль, грамотно оборудованная булочная или кондитерская может быть эффективной. Для организации таких магазинов подходит стандартное оборудование, дополненное декоративными элементами или выполненное в нестандартной цветовой гамме. Для гастрономических бу-

тиков необходимы эксклюзивные модели.

В кондитерском магазине нужны не только кондитерские холодильные, но и неохлаждаемые витрины.

– Если планируется широкий ассортимент, имеет смысл выбрать высокие кондитерские витрины в едином декоре, соединив их в линию и оснастив рабочим столом, – рассказывает Инна Туль.

Специфичен и рынок оборудования для магазинов чай-кофе.

– Главная задача оборудования для чайного магазина – представить чай, посуду и аксессуары в максимально выгодном свете, – рассказывает Инна Туль. – Покупатели должны иметь возможность внимательно ознакомиться с ассортиментом, рассмотреть мельчайшие детали продукции. Элементы декора оборудования, выпол-

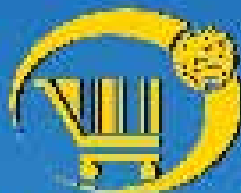
ненные в естественных оттенках, – ключевые составляющие, способные создать идеальное настроение для любого чайного магазина.

Как отмечает эксперт, наиболее распространенные виды оборудования для магазинов чая – стеклянные витрины и стеллажи, на которых удобно хранить как банки с чаем, так и чайную посуду. Традиционно стеллажи для чайного магазина изготавливаются под цвет дерева, чая или бамбука. Стеллажи из ДСП имеют более низкую стоимость, чем изготовленные из металла или массива дерева. В магазинах часто используют стеллажи, выполненные из комбинации металлических комплектующих, составляющих основу стеллажа, и деталей из ДСП.

– Для булочных, чайных магазинов в ассортименте многих по-

ставщиков помимо стандартного оборудования имеются плетеные корзинки, используемые для более эффективной демонстрации мелкоштучных изделий, а также стойки из натуральной лозы, натурального дерева, – рассказывает коммерческий директор компании «ЭкспоХолод» Юлия Давыдова. – Подобная продукция незаменима для создания уникального стиля.





ЦЕНТР ЗАКУПОК СЕТЕЙ™

НА ФОТО: ЦЕНТР ЗАКУПОК СЕТЕЙ™
в рамках 14-го цикла «Продукты 2011»
495 730 7906, 812 3278, imperiam@imperiaforum.ru



Коллекция бизнес-карт
Скачать PDF-файл

forum
imperia

БЛИЖАЙШИЕ ЦЕНТРЫ ЗАКУПОК СЕТЕЙ™

На выставке МИР ДЕТСТВА	Москва	27-28.09.2011
На выставке INTERCHARM	Москва	27.10.2011
На выставке ПЕТЕРФУД	Санкт-Петербург	15-17.11.2011
На выставке КОНСУМЭКСПО-ЗИМА	Москва	21-22.01.2012
На выставке ПРОДЭКСПО	Москва	13-14.02.2012

и др.

реклама

ПРЕДВАРИТЕЛЬНАЯ
РЕГИСТРАЦИЯ



Тел./факс:
E-mail:
Вебсайт:

(495) 730 7906, (812) 3278
imperiam@imperiaforum.ru
www.imperiaforum.ru