

КЛАСИФІКАЦІЯ ФОРМАТІВ МАГАЗИНІВ У ПРОДУКТОВІЙ РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ГЛОБАЛЬНОГО КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Донецький Національний Університет імені Василя Стуса

Анотація. У статті досліджено питання трансформації ринку FMCG та розроблена класифікація форматів магазинів в продуктивій роздрібній торгівлі в умовах глобального конкурентного середовища.

Ключові слова: ритейл, формат магазину, ринок FMCG

CLASSIFICATION OF SHOP FORMATS IN FOOD RETAIL IN A GLOBAL COMPETITIVE ENVIRONMENT

Abstract: In the article have investigated the transformation of the FMCG market and have developed the classification of store formats in grocery retail in a global competitive environment.

Keywords: retail, store format, FMCG market

Сьогодні в умовах глобального конкурентного середовища та динамічних змін ринку роздрібно торгівлі можна побачити, що всі мережі магазинів конкурують між собою, особливо за такими показникам, як кількість торгових точок, обсяг асортименту, товарообіг, торгові площі, і що інколи кількість магазинів та площі не впливають на ефективність використання ресурсів, оптимізації процесів та ефективного ведення бізнесу. Тому порівнювати всі ритейлери між собою неможливо, їх треба розділяти по певним ознакам, і така класифікація магазинів на ринку називається форматами магазинів.

В бізнес-середовищі на сучасному ринку формати магазинів класифікують різним чином. За даними «SMT Developments» основні формати роздрібно торгівлі - це гіпермаркет, супермаркет, дискаунтер, універсам та гастроном. Даний поділ більш класифікується за ознаками площі та будівельних характеристик об'єктів нерухомості. За даними «Colliers International Україна» існує також п'ять форматів, але визначення їх формується вже завдяки іншим ознакам, такими як середня вартість покупки та ціна, торгова площа м.кв., асортимент [1]. Проаналізувавши всі класифікації можливих форматів магазинів, зазначимо ту, яка залишається актуальною на сьогоднішній день в умовах глобального конкурентного середовища та додамо сучасні тренди, які захоплять ринок ритейлу у майбутньому.

Таблиця 1

Класифікація форматів магазинів в продуктивій роздрібній торгівлі

Назва	Класифікаційна ознака	Приклад
Гіпермаркет Hypermarket	Магазин самообслуговування з торговою площею більше 5000 м.кв., з широким спектром продовольчих і непродовольчих товарів	Ашан, Wal-Mart
Superstore Big-box stores	Магазин самообслуговування з торговою площею від 2,5 до 5 тисяч м.кв.. Широкий спектр продовольчих товарів, і в силу площі менша кількість непродовольчих товарів	Target Canada
Економний супермаркет Discount Superstore	Великий формат (від 2,5 тисячі м ²) універсальної торгівлі, орієнтованої на низькі ціни, з широким асортиментом непродовольчих товарів, товарів по догляду за тілом, продовольчих товарів (30-40% асортименту)	Aldi
Склад-клуб Warehouse Club	Торговий об'єкт великої площі, який реалізує товари як корпоративним (оптовий продаж B2B), так і індивідуальним клієнтам (роздріб B2C), що є членами клубу	BJ's Wholesale Club
Класичний супермаркет Supermarket	Магазин самообслуговування з торговою площею від 400 до 2,5 тисячі м ² , що спеціалізується, як правило, на продажу продовольчих товарів	Сільпо, The Kroger Co

Магазин біля дому Neighborhood Store	Невеликий продовольчий магазин з торговою площею менше 400 м ² . Як правило, за асортиментом схожий з супермаркетами, але в даному форматі існує також і обслуговування через прилавок	Близенько, Коло
Гастроном Delicatessen	Невеликий за площею магазин, як правило, спеціалізується на специфічних видах продовольчих товарів (м'яса, вина, сиру), а також враховує національні та регіональні уподобання споживачів	Вопак, Таврія-В
Цілодобовий магазин Convenience Store	Невеликий продовольчий магазин, що відрізняється широким графіком роботи і помітним акцентом на таких факторах зручності, як продаж готових страв і продуктів швидкого приготування	АТБ-маркет
Магазин при АЗС Forecourt Store	Як правило, розташовані при автозаправних станціях і орієнтуються на людей, які забули придбати що-небудь в основних місцях покупки	WOG, ОККО, Shell
Дискаунтер Discount Store	Продовольчий магазин з торговою площею від 1000 м ² . Існує в двох різних версіях: жорсткий дискаунтер (hard discount store), який майже повністю орієнтований на власні торгові марки і низький рівень цін; і м'який дискаунтер (soft discount stores)	АТБ-маркет
Магазин алкогольної продукції Liquor Store, Off-licence store	Роздрібний магазин, що спеціалізується на продажу спиртних напоїв	Алко Маркет
Винний бутик, паб Wine cellar	Магазин, що спеціалізується на продажі вина	Good Wine
Булочна Bakery	Невеликі спеціалізовані магазини, що продають (як правило, через прилавок) всі типи хлібобулочних виробів. Найчастіше продукція виробляється в межах магазину, можуть мати кафе	Хлібний
Кондитерський магазин Patisserie	Невеликий продовольчий магазин, що пропонує тістечка та інші специфічні борошняні вироби, а також шоколад. Покупці обслуговуються через прилавок	Львівська майстерня шоколаду
Магазин здорової їжі Health Food Store	Продовольчий магазин (іноді побудований на принципах самообслуговування), що пропонує здорові, природні і органічні продовольчі продукти всіх типів	Bfresh
Магазин заморож. продукції Frozen Food Store	Продовольчий магазин, що спеціалізується на продажу одного або невеликої кількості певних типів продуктів харчування	KRAFT PELMEN
Спеціалізований продуктовий магазин Specialist Food Store	Продовольчий магазин, що спеціалізується на продажу одного або невеликої кількості певних типів продуктів харчування. Існуючі формати спеціалізації включають: гастрономію, спиртні напої, вино, хлібобулочні вироби, сир, м'ясні, рибні, дієтичні, органічні і заморожені продукти	Seafood
Кіоск Kiosk	Маленький магазин, що продає газети і журнали, а також обмежений асортимент продуктів харчування, солодощів, тютюнових виробів та спиртних напоїв через прилавок. Як правило, має тривалий графік роботи, що дозволяє йому конкурувати з універсами. Загальна площа об'єкта знаходиться в діапазоні від 10 до 50 м ² .	Преса
Торговий автомат Vending Machine	Повністю автоматизований магазин, звичайно розташований у місцях з великими людськими потоками. Як правило, здійснює продаж не швидкопсувних продуктів, наприклад, цукерок і безалкогольних напоїв	Батарейка 24
Автолавка Mobile Store	Магазин на основі транспортного засобу, зазвичай продає основні продукти харчування всіх типів у віддалених областях, де спостерігається дефіцит торговельних закладів	WOG, ОККО, Shell
Комбінований продовольчий та аптечний магазин Combination of Food & Drug Store	Магазин, що пропонує широкий вибір продовольчих товарів та лікарських препаратів, які, як правило, не продаються в стандартних продовольчих магазинах	НовоФарм, Pharmacy Good Day
Універсам Department Store	Розташований в центрі міста торговий об'єкт, що пропонує широкий вибір товарів (кожен – в окремих департаментах), включаючи одяг, господарські товари, меблі, канцелярське приладдя, а також продукти харчування	ЦУМ

Cash & Carry	Оптовий формат торгівлі, заснований на членстві і призначений для торгових посередників і комерційних клієнтів (операторів магазинів і ресторанів)	Метро
Оптовий продаж з доставкою Delivered Wholesale	Передбачає самообслуговування, оплату на касі (аналогічно супер-і гіпермаркети) і самовивозу придбаних товарів	Cooker
Товари для дітей Goods for children	Магазин, що спеціалізується виключно на товарах для дитячої аудиторії. Відмінність від Department Store у вузькій спеціалізації	Антошка
Магазин без касира Automated convenience store	Магазин, що спеціалізується на повній автоматизації процесу на касах. У магазинах немає касирів. Оплата товарів відбувається у вигляді транзакцій, здійснюваних через мобільний додаток за допомогою прив'язаної банківської карти	Amazon Go
Магазин без персоналу або безпілотні магазини Unmanned stores	Концепція, що припускає повну автоматизацію процесу роздрібною оффлайн торгівлі в приміщенні. У магазинах, створених на основі даної концепції, немає не тільки касирів, як в магазинах без касира, але також інших співробітників (охоронців, консультантів і т. п.). Оплата товарів відбувається, як в магазинах без касира. Значущим принципом магазину без персоналу є застосування штучного інтелекту для обробки даних відеоспостереження	Amazon Go

Джерело: побудовано автором на основі [1-3].

На основі існуючої кон'юнктури ринку та тенденціях його розвитку у 2021 році найбільш ефективними форматами продуктового ритейлу в світі та, безпосередньо, в Україні є:

1. Дискаунтер (Discount Store). Споживачі зацікавлені у нових можливостях економії і при цьому готові втрачати у якості.

2. Магазины формату «біля дому». Щоденна закупка товарів, що закінчилися вдома є невід'ємною частиною сучасного споживання. Покупцю важливо розуміти, що всі необхідні продукти присутні в шаговій доступності і їхати в супермаркет немає необхідності впродовж робочого тижня.

3. Спеціалізований продукто́вий магазин (Specialist Food Store). Соціальне розшарування продовжує формувати групу споживачів, які орієнтовані на покупку високої якості делікатесної, імпорто́ної, екзотичної та іншої продукції. Покупці очікують не тільки нестандартного асортименту, а й особливого обслуговування та дизайну і комфорту, можливо якісь унікальних додаткових послуг.

4. Магазин здорової їжі (Health Food Store) або нішеві магазини тільки в великих містах. Тренд здорового образу життя і споживання свіжої продукції формує групу користувачів. Для даного сегмента втрачає довіру традиційний ринок, бо клієнти звертають увагу на сертифікацію продукції, санітарні умови виробництва і контроль якості готових продуктів.

Таким чином, з кожним роком перелік форматів змінюється та розширюється, в сучасних умовах саме конкретизація напрямів частіше за все диктує форматність. У 2018 році Amazon запустив перший супермаркет без кас і продавців і тим самим відкрив нові горизонти в розвитку форматів продуктового ритейлу. Зараз такі магазини вже працюють в США і Китаї. На жаль, в Україні, поки що, таких магазинів немає, через великі витрати на обладнання та розробку ПО. Однак, мережі продовольчого ринку FMCG в Україні розвивають інші формати магазинів від «супермаркетів», «дискаунтерів», «магазинів у дома» до cash&carry, найкращим прикладом де є Fozzy Group, «АТБ», мережа магазинів «Коло» або «Близенько» і «Метро» відповідно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Основные форматы розничной торговли (по данным Компаний «Colliers International Украина», «SMT Developments», «M+M Planet Retail») URL: <https://commercialproperty.ua/kompanii-obekty/spravochnaya-informatsiya/osnovnye-formaty-rozничnoy-torgovli/>

2. Формати роздрібно́ї торгівлі. URL: <https://planetretail.com.au/>

3. Лиса С.С. Класифікація форматів та особливості розвитку роздрібно́ї торгівлі України. «Глобальні та національні проблеми економіки» Випуск 15. 2017 с.254-258

4. Магазин без персоналу. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki>

Гузенко Анастасія Олегівна, аспірант кафедри міжнародних економічних відносин, Донецький національний університет імені Василя Стуса, Вінниця, e-mail: a.hladkova@donnu.edu.ua

Huzenko Anastasiia Olehivna – postgraduate of the Department of International Economic Relations, Vasyl Stus' Donetsk National University, Vinnytsia, e-mail: a.hladkova@donnu.edu.ua