

Выживать в условиях жесткой конкуренции приходится не только универсамам и магазинам средней руки. Практика показывает, что и между маленькими продовольственными магазинами борьба зачастую разворачивается нешуточная. Одним из главных козырей в ней становится оборудование, имеющее презентабельный вид. О том, как оснастить подобный магазин, и пойдёт речь в этом материале.

Оборудование для маленькой торговой точки прежде всего должно быть недорогим. Срок "жизни" павильонов, в которых чаще всего размещаются такие магазины, трудно предсказать, и дорогое оборудование можно просто не успеть "отбить", а покупатель вряд ли отличит итальянский или немецкий прилавок от польского. Поэтому деньги, сэкономленные на оборудовании, лучше потратить на установку вентиляционной системы или кондиционирования.

В том же случае, если средств на приобретение полного комплекта оборудования недостаточно, можно воспользоваться услугой поставщиков и производителей напитков, мороженого и замороженных продуктов, которые готовы предоставить холодильные лари и шкафы в аренду. Правда, при этом придётся выполнить определённые условия.

Витрина: универсальная и вместительная

Подбирая [холодильное оборудование](#) для конкретного магазина, специалисты отталкиваются от предполагаемого ассортимента. Обычно комплект включает пару витрин (для гастрономии и мяса). Если руководство точки намеревается торговать рыбой, то для неё потребуются отдельная витрина. Неплохой выход - приобрести, помимо основных, небольшой прилавок длиной 1,2 м для торговли охлаждённым мясом и субпродуктами.

Витрины для небольших торговых точек сегодня в Петербурге представлены польской продукцией - Juka, JBG, Igloo. Во многих ныне действующих магазинах "трудится" витрина "Татьяна" от IGLOO и прилавок Classic от JBG. "Татьяна", кстати, имеет температурный режим -5+8С, который позволяет использовать её и как гастрономическую, и как мясную. Наиболее широкий выбор витрин для маленьких магазинов представляют сегодня отечественные производители: "Кифато", "Ариада", Crispi, "Феам-компания" (осуществляющая сборку витрины "Таир-1214"). Кстати, явного лидера по соотношению "цена/качество" среди них пока не наблюдается. К сожалению, пока отечественное оборудование с импортной начинкой находится в одной ценовой нише с польским.

Специалисты отмечают, что чаще клиенты просят подобрать витрину с вместительным "запасником". Это отчасти решает проблему нехватки или отсутствия подсобных помещений. Ещё одно дополнительное удобство для маленькой торговой точки - функция автоматической оттайки оборудования. Впрочем, и на первом, и на втором при желании можно сэкономить. Стоит обратить внимание и на форму стекла. Более дорогое, гнущееся, конечно, выглядит привлекательнее, но прямое гораздо практичнее - оно легко моется. А если покупатели повредят такое стекло, что случается нередко, его можно заказать в Петербурге (причём недорого), в то время как гнущееся стекло для конкретного прилавка может поставить только компания-производитель.

Небольшие магазины, как правило, не могут позволить себе дорогостоящие низкотемпературные витрины. Для хранения и продажи мороженого и замороженных продуктов они выбирают лари. Чаще всего это продукция, предлагаемая под марками Caravell, Electrolux, Derby. Как вариант можно поставить 600-700-литровую боннету с застеклённым верхом. Такое приобретение обойдётся дешевле морозильного прилавка, а объём обеспечит больший, чем ларь.

### Две роли холодильного шкафа

Ещё один вид оборудования, без которого не обходятся маленькие магазины, - это шкафы, применяемые для продажи молочных продуктов и напитков. Наиболее удачный вариант - шкаф-витрина, застеклённый с двух сторон: одной он обращён к покупателю, другой - к продавцу. Кстати, подобное оборудование помогает экономить место в торговом зале. Общая экспозиционная площадь всех его полок больше, чем площадь выкладки в витрине. Если оборудование расположено в зале так, что при открывании обычной распашной дверцы загромождается проход, стоит обратить внимание на шкаф-купе. Учтите только, что обычно они имеют вместимость 1400 л. Для напитков, как правило, приобретается отдельный шкаф. Если планируется хранить гастрономические изделия без упаковки или пирожные, стоит обзавестись оборудованием со статическим вариантом охлаждения. Руководство небольших магазинов охотно берёт продукцию таких марок, как Cold, Igloo, General Frost и Helkama.

Очень важный момент: всё предлагаемое для маленьких магазинов оборудование относится к 3-му климатическому классу. Это значит, что требуемую температуру оно выдаёт при условии, что в помещении не выше +25С. Стоит учесть, что холодильники в торговых залах подобных магазинов используются со встроенными агрегатами и сами добавляют жару. Посему нелишним будет продумать систему вентиляции, а ещё лучше - приобрести кондиционер. Любопытно, что многие пренебрегают этим по той простой причине, что замена вышедшего из строя компрессора обойдётся дешевле, чем

приобретение кондиционера. Однако не забывайте, что последний заботится не только об оборудовании, но и о благоприятном климате для продавцов и покупателей.

### "Сухое" оборудование

Если говорить о подборе "сухого" оборудования, тут вариантов - великое множество. Польские производители несколько сдали свои позиции по сравнению с докризисным периодом. И тем не менее, в предложениях можно найти прилавки, и стеллажи из ДСП компании WIKO, и металлические сборные стеллажи MEGA. Большим спросом, по утверждению менеджеров компаний-продавцов, пользуются турецкие металлические стеллажи UCGE, собираемые по модульному принципу. Прочность конструкции гарантирует вваренное ребро жёсткости: на одном стеллаже можно разместить до 600 кг товара. Благодаря многообразию деталей конструктора пользователь может легко "обходить углы", оперативно менять конфигурацию стеллажей, навесные элементы (крюки, полки, корзины). Глухая задняя стенка заменяется на решётку. Из отечественного оборудования можно выделить мебель T&T, производимую из ДСП(компания "Русский проект"), или металлические стеллажи опытного завода "Микрон" (Великие Луки). Впрочем, за примерами далеко ходить не нужно, потому что и в самом Петербурге можно найти с десяток компаний, готовых изготовить такое оборудование на заказ. Кстати, чтобы в дальнейшем не возникло неприятностей со стороны СЭС, покупателю оборудования следует поинтересоваться наличием сертификата на материал, используемый в производстве.

Расстановка оборудования - момент индивидуальный для каждого магазина формата "мини", но всё же некоторые общие рекомендации дать можно. Так, [хлебный](#) и молочный отделы специалисты советуют располагать недалеко от входа. Этот товар пользуется наибольшим спросом, и лучше, если покупателю не придётся тратить время на его поиски. Гастрономические покупки занимают больше времени, поэтому лучше удалить этот отдел от входа, чтобы не создавать столпотворение. Кстати, наличие слайсера даст значительные преимущества торговой точке перед конкурентами. Ещё одна немаловажная деталь: если есть возможность, нужно постараться, чтобы входящие и выходящие покупатели не сталкивались. Следует также позаботиться, чтобы в магазине хватало обслуживающего персонала. Современный покупатель ценит своё время, и если ему не понравится магазин, он не поленится пройти несколько десятков метров до соседнего.

Юлия Яковлева