Современное российское общество: политическое, социальное и культурное измерение

Специфика продуктового ритейла г. Москвы

Атаманская Анна Константиновна
Финансовый университет, Москва, Россия
E-mail: atamans2010@yandex.ru

Сегодня во многих крупных городах большим спросом у покупателей пользуются так называемые «удобные магазины», располагающиеся в шаговой доступности от близлежащих домов. К ним относится и магазин «Магнолия». Москва и Московская область являются на сегодняшний день единственными, где работает сеть этих магазинов, которых насчитывается уже около 200 штук, а также несколько торговых точек в формате павильона.

Сеть магазинов «Магнолия», основанная еще в 1998 году, представляет собой небольшие магазины со средней ежедневной посещаемостью около 1500 человек и возможностью совершать покупки 24 часа в сутки ежедневно. Высокий потребительский спрос обусловлен многими факторами, в том числе, широким ассортиментом товаров и доступными ценами.

Основную конкуренцию данной сети составляют «Пятерочка», «Billa», «Азбука вкуса» и некоторые другие. Раскроем данную сеть с точки зрения её конкурентоспособности относительно других сетей, а именно рассмотрим качество и цену продукции, специфику самих магазинов, то есть интерьер, расположение товаров; затем рассмотрим вакансии, и, наконец, отзывы покупателей.

Продукция данного магазина разнообразна. Здесь можно встретить различные варианты товаров. Примечательно, что такое разнообразие товаров не встречается других магазинах, вроде «Пятерочки».

По словам самой организации, до того, как попасть на полки их магазинов, любой товар проходит несколько этапов контроля.

Первый этап - отбор. На этом этапе коммерческий отдел компании выбирает поставщика и подписывает договор поставки. Проводится тестирование продукции и проверка документов. Товар должен полностью соответствовать следующим условиям: удовлетворять запросам покупателей и компании по цене, отвечать требованиям безусловного и постоянного качества, быть должным образом упакованным. Поставщик товара обязательно должен быть зарегистрирован в установленном законом порядке, товар разрешен к реализации.

Второй этап — приемка товара в магазине. При приемке товаров сотрудники магазина осуществляют обязательную проверку необходимых товаросопроводительных документов (товарно-транспортная накладная, счет-фактура, качественное удостоверение, сертификаты на продукцию). Но самое важное - контроль качества принимаемой продукции по следующим критериям: сроки годности, целостность упаковки, условия хранения, соответствие тары, маркировки. Ежедневно заступая на работу, продавец контролирует качество и сроки годности продуктов в своем отделе. Просроченный товар снимается с продажи и подлежит возврату поставщикам или списанию.

Особенностью всех магазинов «Магнолия» является наличие собственного производства. Посетители магазинов «Магнолия» имеют возможность покупать свежее мясо и полуфабрикаты всегда, когда только они этого пожелают. Собственный мясной цех может обеспечить всех желающих горячими котлетами или курами, жаренными на гриле. Для приготовления блюд используется только свежее мясо, а, благодаря современному торговому оборудованию, обеспечиваются необходимые условия хранения продуктов до и после

их приготовления. Ассортимент насчитывает более 50 наименований.

Помимо мясного цеха, в «Магнолии» есть производство более 20 салатов, плова, блюд из курицы, свинины и говядины, гарниров, блинов с начинками, сладких десертов из творога. Также есть услуга заказов, то есть Вы можете заказать большую порцию салата или готового блюда к празднику - для этого нужно заранее обратиться к продавцу отдела.

Относительно прямых конкурентов, данная сеть не отличается оригинальностью по отношению к собственному производству. Так, например, сеть Billa имеет цеха по производству хлебобулочных изделий, консервированных овощей, а также всевозможных круп.

Что касается цен. Естественно, любой магазин будет говорить, что их цены невысокие. В целом, если оценивать данный магазин, цены действительно приемлемы. Однако встречаются завышенные, причем я эти завышенные цены установлены на продукты первой необходимости. Возьмем хлеб. Нарезной батон в «Магнолии» стоит порядка 30 рублей, а в его прямом конкуренте «Пятерочке» - 17. Очевидно, что цены действительно завышены и, естественно, покупая ежедневно хлеб, нам не выгодно покупать его в рассмотренном мной магазине, так как мы переплачиваем порядка 13 рублей.

Теперь поговорим о самих магазинах. Магазины «Магнолия» удобно расположены. Они находятся буквально в шаговой доступности. Вам не придется ехать в какие-то иные магазины по самым пробкам, а достаточно пройти минуты 2, чтобы купить все, что необходимо. «Магнолия» работает круглосуточно.

Как уже говорилось, собственное производство. Это тоже можно отнести к специфике данного магазина.

Также хочется отметить хорошее расположение товаров. Покупатели быстро находят тот товар, который необходим. Причем, сами магазины достаточно небольшие, а огромное разнообразие товаров и тот факт, что их легко можно найти в магазине, не могут не порадовать.

Интерьер магазинов весьма благоприятен. Везде достаточно чистые торговые залы, светлая обстановка, благоприятная атмосфера. Также весь товар лежит там, где его положили продавцы.

По сравнению с другими магазинами, «Магнолия» преуспевает в данном рассмотренном аспекте, так как не все его конкуренты работают круглосуточно, близко находятся, а кое-где торговые залы не отличаются чистотой и светом. Также не везде есть собственное производство.

Можем перейти к вакансиям. Магазин предоставляет широкий выбор вакансий от заместителя директора и до уборщицы. Чтобы стать обычным кассиром, достаточно просто заполнить анкету. Опыт работы не требуется, образования достаточно среднего. Руководство обеспечивает удобный график работы, бесплатное питание, соц пакет, для иногородних сотрудников предоставляют общежитие. Возможен карьерный рост: от продавца до директора.

В данном исследовании «Магнолия» не отличается от своих конкурентов, а именно: везде требуют желание работать в коллективе, опыт работы не требуют. Предоставляемые гарантии также весьма схожи. Это и карьерный рост, и удобный график работы.

Отзывы покупателей разнообразны. Одни абсолютно довольны всем, другие ничем. Поговорив с обычными покупателями, в среднем можно оценить магазин на 3 из 5. В целом, всем все нравится доступность, удобность, выделяют интерьер. Не нравятся цены, иногда персонал. Можно заметить, что в магазин заходят не тотально затовариться, а

купить то, что в данный момент хочется или необходимо. Многие покупатели недовольны качеством товара. Многим не нравятся «гости из Азии» в качестве персонала, так как эти сотрудники плохо говорят по-русски.

Что касается других сетей, то в одних сетях они схожи абсолютно, то в других никак. Так, в сети «Азбука вкуса» жалуются на контингент, то есть (цитата): «. . .если в данный магазин зайдешь в спортивном костюме, относятся так, словно ты и не человек вовсе. Вот и приходится за напитками в Гуччи идти». А в сети «Billa» покупателей привлекают всевозможные акции. Например, акция выходного дня, когда продукция представлена с 50%-ой скидкой.

Подводя итог, можно сделать вывод о том, что магазины «Магнолия» в целом удобно расположены, продукция хорошо размещена, товары радуют разнообразием, В сравнении с конкурентами покупатели часто выбирают данную сеть по воле случая. Цены «Магнолии» особо не конкурентоспособны, так как именно из-за цен покупатели довольно часто выбирают другой магазин. Хотелось бы, чтобы руководство организации приняло это к сведению.

Источники и литература

1) Режим доступа (URL) http://www.mgnl.ru/ (дата обращения: 31.10.14)
2) Режим доступа (URL) http://irecommend.ru/content/magazin-magnoliya-moskva (дата обращения 31.10.14)