



# Классификация каналов сбыта «КСК»

# Каналы Продаж по принадлежности к сектору КСК



## Классификация Каналов по месторасположению



**Торговое  
предприяти  
е находится  
в городе  
и/или в  
районном  
центре**

**Город**

**Не  
город**



**Торговое  
предприят  
ие  
находится  
в сельской  
местности**

# Классификация Каналов Продаж по типу

## CASH & CARRY



- Магазины стационарного типа, торгующие как в розницу, так мелким и средним оптом для юридических и физических лиц. Есть корзины и тележки на колесах у входа, и оплата производится на выходе из магазина
- Самообслуживание
- 2 цены, в зависимости от объёма покупки: розничная и оптовая. Могут вводить ограничения по минимальному размеру покупки
- **1001 и более м2**
- Предоставляет широкий ассортимент продуктов питания и промышленных товаров. Глубина ассортимента каждой из товарных групп менее разнообразна, чем в гипермаркете. Более 20 000 наименований
- От 4 и более
- Вдали от центра, на пересечении транспортных путей
- Преимущественно оптовый покупатель. Физические и юридические лица

## ГИПЕРМАРКЕТ / СУПЕРМАРКЕТ



- Магазины стационарного типа, как отдельно стоящие, так и часть торговых центров. Есть корзины и тележки на колесах у входа, и оплата производится на выходе из магазина.
- Самообслуживание
- Розничная. Нет оптовых цен. Наценка выше среднего уровня. Нет ограничений на покупки.
- **301 и более м2**
- Универсальный ассортимент продовольственных и не продовольственных товаров, хозяйственной и парфюмерно-косметической продукции. Могут иметь секции с игрушками, электроприборами, одеждой, канцтоварами, аудио- и видео-. До 40 000 наименований
- От 4 и более
- Торговый центр, с большим супермаркетом и магазинами по продаже бытовой техники, одежды и т. д. Находятся в на пересечении транспортных артерий, в местах концентрации жилых домов. Как в центре, так и на окраинах городов
- Покупатель мобилен, с разным уровнем доходов

# Классификация Каналов Продаж по типу

## ЭКОНОМИЧНЫЙ МАРКЕТ / дискаунтеры



- Упрощенный вариант классического супермаркета. Меньший торговый зал, меньшее число ассортиментных позиций. Может происходить торговля "через прилавок" (товары, требующие взвешивания). Торговый зал оформлен максимально просто
- Самообслуживание
- Розничная. Торговая наценка средняя по рынку или снижена.
- **До 300 м2**
- Преимущественно продукты питания. Не специализируются на каком-либо определенном типе продуктов питания. Также могут иметь небольшое количество товаров непродовольственной группы. Доля товаров непродовольственной группы в обороте составляет не более 20%
- От 1 и более
- В местах концентрации жилых домов. В спальных районах. В местах скопления людей (остановки, развязки)
- Люди с разным уровнем доходов, проживающие или работающие в прилегающем районе

## Минимаркет



- *магазин ориентирован на обслуживание розничных покупателей.*
- *Площадь торгового зала от 50 до 300м<sup>2</sup>.*
- Упрощенный вариант классического супермаркета. Меньший торговый зал, меньшее число ассортиментных позиций. Может происходить торговля "через прилавок" (товары, требующие взвешивания).
- Самообслуживание
- Розничная цена.
- **До 300 м2**
- Преимущественно продукты питания. Не специализируются на каком-либо определенном типе продуктов питания. Также могут иметь небольшое количество товаров непродовольственной группы. Доля товаров непродовольственной группы в обороте составляет не более 20%
- От 1 и более
- В местах концентрации жилых домов. В спальных районах. В местах скопления людей (остановки, развязки)
- Люди с разным уровнем доходов, проживающие или работающие в прилегающем районе

# Классификация Каналов Продаж по типу

## ПРОДУКТОВЫЙ МАГАЗИН (ГАСТРОНОМ- ПАВИЛЬОН)



- Магазины стационарной структуры, располагаются в жилых зданиях. Или отдельно стоящая малая архитектурная форма. Торгуют продуктами питания. Непродовольственные товары также могут входить в ассортимент продаж данной торговой точки
- Основная торговля через прилавок
- Розничная цена
- До 300 м2
- Широкий ассортимент продуктов питания – мясомолочных, бакалейных и кондитерских, а также алкогольных и безалкогольных напитков и бытовой химии. Однако, среди продуктов питания доля продаваемых «на вес» обычно больше, чем доля упакованных.
- От 1 и более
- В местах концентрации жилых домов. В спальных районах. В местах скопления людей (остановки, развязки).
- Люди с разным уровнем доходов, проживающие или работающие в прилегающем районе

## ЛОТОК / ПАЛАТКА / КОНТЕЙНЕР



- Помещения некапитального типа. Без юридического адреса (МАФ)
- Торговля через прилавок
- Розничная цена
- Площадь До 20 м2
- Торгуют ассортиментом продуктов питания, бакалеи, напитков, сопутствующих товаров и кондитерских изделий
- От 1
- На территориях рынках и вне. Также могут размещаться в основных местах скопления покупателей: остановки, переходы, метро и т.д.
- Люди с разным уровнем доходов, проживающие, работающие в прилегающем районе или проходящие в местах скопления торговых предприятий

## СПЕЦИАЛИ- ЗИРОВАННЫЙ



- Стационарные торговые предприятия (магазины и павильоны) со входом для розничных покупателей и торговым залом или передвижные лавки которые специализируются **исключительно** на продаже молочных продуктов
- Смешанная
- Розничная
- От 20 м2
- Специализируются на продаже молочных продуктов (сыр, молоко, творог, масло и т.п.) Не менее 90% от общего ассортимента
- От 1 и более
- На территориях рынках и вне. Также могут размещаться в основных местах скопления покупателей: остановки, переходы, метро и т.д.
- Люди с разным уровнем доходов, проживающие, работающие в прилегающем районе или проходящие в местах скопления торговых предприятий

# Классификация Каналов Продаж по типу

## МАГАЗИН при АЗС / Алкомаркеты

- Стационарное торговое предприятие, торгующее продуктами питания на территории АЗС (как правило являются частью заправочного комплекса. Иногда могут располагаться при въезде-выезде с территории АЗС или автозаправочного комплекса) или Специализированный алкогольный магазин
- Смешанная
- Розничная
- От 8 м2 и более
- Ограниченный выбор импульсных FMCG продуктов питания. Часто специализируются на отдельных категориях: кондитерских изделиях, напитках, выпечке, алкоголе, снеках
- От 1
- Владельцы автомобилей и посетители АЗС, Алкомаркета

## КаБаРе

- Совокупность торговых предприятий различного формата (кафе, бары, рестораны, отели, пансионаты, столовые, кинотеатры, интернет-кафе, ВУЗ-ы, цеха и пр.), торгующих в розницу продуктами и осуществляющих услуги по организации и производству питания
- Смешанная
- Розничная
- От 8 м2 и более
- Ограниченный выбор импульсных FMCG продуктов питания. Часто специализируются на отдельных категориях: кондитерских изделиях, напитках, выпечке, аксессуарах
- От 1
- Находятся во всевозможных местах скопления людей и по ходу движения покупателей
- Широкие слои населения с разным уровнем дохода

## ПРЕДПРИЯТИЯ / ПРОФСОЮЗЫ / ТЕНДЕР

- Юридические предприятия различного формата, осуществляющие закупки продукции для собственных нужд
- По распределению
- До конечного покупателя
- Не оценивается
- Узкий выбор отдельных позиций согласно описанному заданию на закупку либо тендер
- Не оценивается
- Расположены по месту юридического или фактического адреса
- Закупщики или тендерный комитет

## СЕЗОННОЕ ТОРГОВОЕ ПРЕДПРИЯТИЕ/ЯРМАРКА

- Совокупность торговых предприятий различного формата организованных на сезонный период (лето/зима) на временной основе. Расположены в курортных зонах, детских лагерях, местах отдыха, парках, зонах отдыха и развлечений и т.д.
- Смешанная
- Розничная
- От 8 м2 и более
- Ограниченный выбор импульсных FMCG продуктов питания. Часто специализируются на отдельных категориях: кондитерских изделиях, напитках, выпечке, аксессуарах
- От 1
- Расположены на отведенных городской или областной администрациями территориях или непосредственно прилегающих к ним
- Отдыхающие и посетители с разным уровнем дохода

# Классификация Каналов Продаж по типу

## МЕЛКИЙ ОПТ

- Совокупность ТП различного формата (киоск, павильон, лоток, палатка, контейнер и пр.), торгующих как в розницу, так и мелким оптом. Имеют 2 цены - розничную и оптовую. Могут находиться как на рынках, так и вне.
- Смешанная
- 2 цены: розничная и оптовая
- До 20 м2
- Широкий выбор импульсных FMCG продуктов питания. Часто специализируются на отдельных категориях: кондитерских изделиях, напитках, молочке, колбасе.
- От 1 и более
- Расположены на отведенных городской администрацией территориях или непосредственно прилегающих к ней.
- Широкие слои населения с разным уровнем дохода.

## ОПТОВЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ

- Стационарные ТП, в наличии собственные торговые помещения и склады. При наличии "дилерского" соглашения с дистрибьютором могут покрывать часть удаленной территории собственной системой прямой доставки. Имеют только оптовую цену и дополнительные скидки.
- Смешанная
- Оптовая
- От 20 м2 и более
- Широкий выбор импульсных FMCG продуктов питания. Часто специализируются на отдельных категориях: кондитерских изделиях, напитках, молочке, колбасе.
- От 1 и более
- Находятся на торговых базах, в местах скопления и концентрации розничных торговых предприятий.
- Владельцы мелкооптовых и розничных ТП и сетей, павильонов и киосков.



# Классификация Каналов Продаж по размеру полки

			ТОП	40	ТОП	30	ТОП	20	ТОП	10	не используется
Тип канала	Усл.об.	Коэф.	Категория	А	Категория	В	Категория	С	Категория	Д	Категория Е
Cash and Carry	К	1,3	более 8 метров	52	5-8 метров	39	3-5 метров	26	до 3 метров	13	Присваивается торговым предприятиям на период развития, статус категории подлежит пересмотру через 6 месяцев. На период нахождения в категории, не участвуют в Плане по дистрибьюции и САП. Также используется для ТП без витрины.
Гипер/Супер	СМ	1,2	более 5 метров	48	3-5 метров	36	1-3 метров	24	до 1 метра	12	
Дискаунтер	Д	1,1	более 5 метров	44	3-5 метров	33	1-3 метров	22	до 1 метра	11	
Минимаркет	ММ	1	более 3 метров	40	1-3 метров	30	0,5 -1 метр	20	до 0,5 метра	10	
Гастроном	Г	0,9	более 3 метров	36	1-3 метров	27	0,5 -1 метр	18	до 0,5 метра	9	
Павильон	П	0,8	более 2 метра	32	1-2 метра	24	0,5 -1 метр	16	до 0,5 метра	8	
Специализированный	СП	0,7	более 5 метров	28	3-5 метров	21	1-3 метров	14	до 1 метра	7	
ОПТ	О	0,6	более 500 кг	24	от 100 до 500 кг	18	от 20 до 100 кг	12	до 20 кг	6	
Мелкий ОПТ	МО	0,5	более 200 кг	20	от 50 до 200 кг	15	от 20 до 50 кг	10	до 20 кг	5	
АЗС/Алко	АМ	0,4	более 3 метров	16	1-3 метров	12	0,5 -1 метр	8	до 0,5 метра	4	
КаБаРе	К	0,3	более 500 кг	12	от 100 до 500 кг	9	от 20 до 100 кг	6	до 20 кг	3	
Предприятие	П	0,2	более 500 кг	8	от 100 до 500 кг	6	от 20 до 100 кг	4	до 20 кг	2	
Сезон/Ярмарка	СЗ	0,1	более 50 кг	4	от 30 до 50 кг	3	от 15 до 30 кг	2	до 15 кг	1	

## Пример классификации

Торговое предприятие	Сектор	Место	Тип	Категория
ИП Иванов	ЛР1	Город	Г	D
ООО ПЕТРОВ	ЛР2	Не город	СМ	A
ИП Сидоров	Хорека	Не город	A	C
ИП Васильева	ЛР1	Город	П	E

## Пример расчета SKU для САП:

Торговое предприятие	Сектор	Место (На НЕ город пониж. коэф. 0.8)	Тип ТП	ТОП	САП , SKU
ИП Иванов	ЛР1	Город = 1	Г = 0,9	D =10	$1 \times 0,9 \times 10 = 9$
ООО ПЕТРОВ	ЛР2	Негород = 0,8	СМ = 1,2	A=40	$0,8 \times 1,2 \times 40 = 38$
ИП Сидоров	Хорека	Негород = 0,8	АМ = 0,4	C=20	$0,8 \times 0,4 \times 20 = 6$
ИП Васильева	ЛР1	Город = 1	П = 0,8	E=0	$1 \times 0,8 \times 0 = 0$