

СТРОИТЕЛЬСТВО OUTLET-ЦЕНТРОВ КАК ПЕРСПЕКТИВА РАЗВИТИЯ МУЛЬТИБРЕНДОВЫХ МАГАЗИНОВ STOCK

Е. О. Абукина, Е. В. Шарова, О. П. Попова

Далеко не каждый может позволить себе приобретать одежду из свежих коллекций. Ассортимент специализированных магазинов, как правило, довольно узок, вещевые рынки устраивают не всех потребителей, а ходить в дорогие салоны многим не по карману. Между тем, становятся все более популярными магазины эконом-класса, торгующие уцененной одеждой или складскими остатками – stock-центры.

«Stock» – в переводе с английского – товарный или складской остаток. В данном случае подразумевается остаток одежды и обуви. Благодаря низким ценам приобрести в стоках брендовую одежду могут даже самые бережливые модницы и экономные модники. Конечно, само слово «сток» немного непривычно для россиян, ведь чаще всего под складскими остатками подразумевается некачественный, или имеющий дефекты, товар, который не был реализован в фирменном магазине. Такое мнение в корне неверно.

В сток-центры поступают лишь качественные товары, которые по определенным причинам не были проданы в фирменных торговых точках, поэтому их качество нисколько не уступает тем вещам, которые мы ежедневно видим на прилавках магазинов.

Причин появления сток-центров несколько. Во-первых, в сток поступают товары непосредственно с фабрик-производителей по причине излишка товара.

Во-вторых, невозможность хранения нераспроданной коллекции прошлого сезона на складах и прилавках магазина (в Европе срок жизни коллекции составляет всего лишь три месяца).

Еще одной причиной появления одежды stock является несогласованность размеров и цветовых характеристик данного товара для региона, куда он поступает.

Во всем мире стоковые магазины благополучно существуют не один десяток лет. Более того, в Европе сейчас стало модно ходить в стоковые магазины. Практичные европейцы по достоинству оценили качество и стоимость одежды сток.

Как правило, одеждой сток торгуют мультибрендовые магазины, которые чаще

всего именуют «дисконт-центры». Дисконт – от английского – discount, итальянского – sconto – скидка. Если в фирменных магазинах акции и распродажи устраиваются в конце сезона или приурочиваются к какому-либо событию, то в дисконтных центрах они действуют постоянно.

В Европе, Соединенных Штатах, а в настоящее время и в Украине количество магазинов стокового и дисконтного формата постоянно растет. Как правило, европейские дисконты располагаются в outlet-центрах. Аутлет-центр или аутлет (**Outlet Center**) – формат магазинов, специализирующихся на продаже брендовой одежды со значительными скидками. Он представляет собой комплекс из одно- и двухэтажных зданий или строений (не менее 5 объектов), сгруппированных около большой парковки. Чаще всего, эта группа представлена в виде небольшого квартала или деревеньки. В Италии это «FoxTown», сети-дискаунтеры «Nordstrom Rack в США», испанский «La Roca Village» и другие.

Многие эксперты рынка одежды считают, что стоковая торговля войдет в нашу жизнь всерьез и надолго, что уже давно произошло во всем цивилизованном мире.

Строительство outlet-центров в нашей стране могло бы подтолкнуть развитие дискаунтеров. Причем, к развитию со значительной скоростью. Это мог бы быть очень резкий скачок.

На сегодняшний день в российской практике не имеется ни одного реализованного проекта Outlet-центра в классическом его понимании. Российские девелоперы не могут уйти от концепции фундаментальных зданий. Однако нельзя говорить о том, что наша страна стоит на месте. Современное общество развивается стремительным образом, и новые идеи очень быстро входят в нашу жизнь. Максимально приближенным к этому формату на сегодняшний день является «Outlet Village Белая Дача». До этого ничего подобного на отечественном рынке не было.

В настоящий момент компания FASHION HOUSE Group, занимающаяся строительством и управлением аутлетов в Европе, планирует открыть в России 5 центров такого

формата. «Московский центр откроется 30 мая 2013. Проект в Санкт-Петербурге планируется к открытию в 2014 году, в данный момент мы оформляем сделку по приобретению земельного участка, вскоре приступим к подбору арендаторов. В Екатеринбурге аутлет-центр будет запущен в 3-м квартале 2014, возможно, в 1-м квартале 2015 года», – сообщает Брендон О'Райли, управляющий директор компании FASHION HOUSE Group. Также О'Райли сообщает: «Мы рассматриваем возможность строительства в Самаре, Новосибирске, Уфе, Казани, Ростове-на-Дону. Мы обращаем внимание на два принципиальных критерия – численность населения от 2,5 млн человек в зоне полуторачасовой автомобильной досягаемости, развитие ритейла в регионе.»

Если же говорить об отдельных мультибрендовых дисконт-центрах в нашей стране, то здесь ситуация спорная. С одной стороны, организация дисконт – центра, на первый взгляд, кажется проще. И в связи с этим, такой формат магазина встречается в России намного чаще. Однако уровень таких магазинов остается неудовлетворительным и отве-

чает далеко не всем требованиям. Как правило, это низкоуровневые магазины с товаром преимущественно китайского происхождения. И если жители европейской части нашей страны уже смогли в какой-то степени оценить принципиально-новый формат магазинов, то в дальних регионах люди до сих пор приравнивают одежду категории stock к одежде second hand. На данный момент, это выглядит удручающе.

С другой же стороны, на российском рынке начинается активное внедрение нового для страны формата торговой недвижимости – outlet. Причина, по которой в России сейчас началось активное строительство аутлет-центров, заключается в том, что рынок аутлетов в Европе уже достаточно насыщен, и девелоперы начали искать новые территории, среди которых российский рынок рассматривается, как один из самых перспективных. А это значит, что строительство крупных аутлет-центров повлечет за собой огромное пространство для развития мультибрендовых магазинов.