

эксперты



Екатерина Пронина директор stock-магазина «Стильная вещь» (г. Киров)

Посещение магазинов стоковой одежды, появившихся несколько десятков лет назад, в Европе считается модным. А вот в России stock-магазины зачастую путают с second hand. Однако, с приходом кризиса магазины такого формата стали более популярны, и сейчас stock-бизнес приносит своим владельцам стабильный доход.

**Территори****альный вопрос**

Не ошибусь, если скажу, что половина успеха магазина одежды stock зависит от его местоположения. Это только на первый взгляд кажется, что арендованные площади бывшего завода идеально подходят для stock-магазина с его гигантским товарооборотом. На самом деле, на этих обширных площадях товар будет лежать месяцами и не распродаваться. Почему? Потому что он далек от потенциального покупателя.

Подвальные помещения и старый фонд тоже не подойдут для магазина такого формата: в сознании людей они ассоциируются с магазинами second hand. Владельцу же бизнеса, наоборот, надо выстроить позиционирование торговой точки так, чтобы потенциальный клиент знал, что здесь продаются отнюдь не вещи, бывшие в употреблении, и, ни в коем случае, не бракованные вещи. Необходимо понимать, что потенциальный покупатель stock-магазина – представитель среднего, а не эконом-класса (как у second hand).

Лучше всего для магазина стоковой одежды подойдут «красные линии» спальных районов. Они как раз находятся в пошаговой доступности от потенциального покупателя. И чем дальше он находится в пошаговой доступности, тем лучше. Поэтому оптимальный режим работы stock-магазина – с 9 утра до 9 вечера, без выходных и праздников. Только так можно обеспечить максимальный поток клиентов для максимального товарооборота.

Для stock-магазина необходимы светлые, просторные помещения. Идеально подходят офисы на первых этажах жилых домов рядом с автобусными, трамвайными остановками. Отделка внутри помещения может оставаться скромной. Главное здесь — возможность разместить значительное число наименований самого разнообразного товара (верхней одежды, белья, обуви) и оставить покупателям свободное место для перемещения.

Пожалуй, самая большая статья расходов на помещение уйдет в закупку оборудования. Именно оно обеспечивает свободный доступ к вещам и их сохранность. Придется закупить контрольные стойки, которые обычно располагаются на входе магазин и магниты, прикрепленные к товару. Торговое оборудование должно быть простым и доступным по цене, так как это подчеркивает для покупателя минимальную наценку на вещи. Stock-магазин площадью 50 кв. м. вполне реально оборудовать за 30 тыс. руб.

эксперты



Станислав Мякинин ИП Мякинин С.Н. (г. Нижний Новгород)

---

## **Секрет успеха — обновление ассортимента**

Такое направление бизнеса, как stock-магазины, появилось в Нижнем Новгороде еще в 2000 г. Но по-настоящему прибыльным этот сегмент торговли стал в период экономического кризиса, когда большинству нижегородцев стало не по карману одеваться в дорогих бутиках. Сейчас с уверенностью можно заявить, что для индивидуального предпринимателя stock-магазин является очень выгодным делом. Рентабельность такого бизнеса начинается от 70%, верхний предел — 500%.

От чего зависит успех stock-магазина? От того, насколько предприниматель, пришедший на этот рынок, разбирается в механизмах «делания денег». Очень многие новички делают ошибку, превращая stock в плохую копию бутика или фирменного магазина. Между этими двумя форматами торговли есть принципиальная разница. Если бутики зарабатывают за счет высокой торговой наценки (от 200 %), то stock-магазины делают деньги на оборотах. Поэтому во главу угла хозяин такого бизнеса должен ставить не проблему «Как задрать повыше цену на товар прошлого сезона?», а озадачиться вопросом «Как мне обеспечить оборот продукции?»

Чтобы бизнес был популярным, прибыльным и имел своего клиента, ассортимент stock-магазина должен обновляться не меньше четырех раз в месяц. Первая основная задача владельца бизнеса — обеспечить такой объем продукции. Как это сделать? Как правило, в stock одежда попадает двумя путями: либо с фабрик, распродающих избытки товара, либо непосредственно из магазинов, освобождающихся от нераспроданных за сезон коллекций. Все, что нужно, — установить контакт с поставщиками и начать работу. Что делать, если контакт устанавливается плохо? Начинающие владельцы stock-магазинов часто стартуют с так называемых «стоковых пакетов». Их предлагают оптовые stock-склады, которые напрямую сотрудничают с иностранными производителями. «Пакеты» представляют собой подборку вещей, произведенных одной или несколькими фабриками. «Стоковые пакеты», как и партии товаров second hand, продаются на вес. Средний объем «пакета» — 20-25 кг. при средней стоимости одного килограмма — от 600 до 1000 руб. Всего в пакет упаковывается до 300 единиц одежды всех размерных рядов, то есть для старт-апа вполне будет достаточно двух-трех «пакетов».

Вторая важная задача владельца стока — рациональное использование площадей. Необходимо максимальное число товара разместить на минимальных площадях (открывать stock в помещении свыше 50 кв. м невыгодно). Средняя доходность stock-магазина с 1 кв. м. по городу составляет от 10 до 15 тыс. руб. При таких доходах магазин легко окупается за полгода.