

Скидки: мечта шопоголика или очередной «лох-несс»?

В РОССИИ ПОКА НЕ НАУЧИЛИСЬ ВЕСТИ ЧЕСТНЫЕ РАСПРОДАЖИ

Любая женщина знает, как поднять настроение: отправиться по магазинам, где как раз в январе начинаются распродажи. Прогулялась по магазинам и ваш корреспондент.

На всех витринах такими же крупными буквами, какими в прежние времена писали «Слава КПСС!», выведены заветные слова: «Sale», «Soldes», «Rebajas». И проценты — от 15 до (о, счастье!) 70! Это значит, что вы можете купить понравившуюся вещь с огромной скидкой и сэкономить кучу денег.

УМНАЯ ПОКУПКА?

Посмотрим, что предлагают. Огромные скидки — в 70% — на все нарядные вещи, которые раскупались как горячие пирожки под Новый год. Черные платья с блестками и стразами, блузки из блестящих тканей, меховые болеро — вся эта новогодняя роскошь сейчас кажется просто мишурой.

Тут же пестрый табунок сумок — под лозунгом «Умная покупка». Все по цене 4500 рублей. Смотрю внимательно: вполне приличный дизайн, удобная форма, но кожа-то искусственная. Что же умного в такой покупке? Изделия из искусственной кожи, даже более интересные по дизайну и декору, можно легко купить за тысячу.

Вот блузки модного покрова, с маленькими буфками на рукавах, с воротничками, переходящими в банты. Цена этим блузкам была 2500 тысячи, а сейчас их отдают за 599 рублей.

Блузки, хоть и модные, сшиты из какой-то синтетической дряни из серии «якобы шелк». Понятно, почему их отдают так дешево, — пока висели на кронштейнах, уже замахрились, покрылись неприятными катышками на плечах и воротнике. А из золотисто-коричневой блузки уже и нитки полезли.

В бутике рядом предлагают платья — «Все по цене 999 рублей». Здесь и легкие платья коктейльного типа без рукавов, с небольшим вырезом спереди, которые легко сойдут за выходные, если подобрать красивые аксессуары. И платье-свитер из серого трикотажа, в резинку, с поясом. Можно купить оба, вещи вполне пристойные и модные. Только вот странно, что модное платье-свитер продают со скидкой, ведь зима еще в разгаре! Интересно у молоденькой продавщицы: почему, может, брак какой-то, изъян? «Девушка, вы что, не знаете, что сейчас везде новогодние скидки?» Понятно, что продавщица совсем не в теме.



ИГРА НА ЧЕЛОВЕЧЕСКИХ СЛАБОСТЯХ

Распродажи — это оболечение, психологическая манипуляция, игра на человеческих слабостях. Например, на нашем тщеславии. За что многие люди готовы платить во много раз дороже стоимости вещи? За высокое качество ткани, кроя, исполнения, соответствие моде? Не смешите! За легенду, звездную ауру, окружающую имя известного дизайнера.

Наценка на вещи из последних коллекций известных дизайнеров, выпущенных ограниченным тиражом и продаваемых в концептуальных бутиках, доходит до 60 процентов. Но вот сезон подходит к концу, а некоторые вещи так и остались непристроенными. Распродажи (сольды, сейлы) — не только рай для шопоголиков. Благодаря им фирмы получают 20 процентов годового дохода. Продать даже на 50 — 70 процентов дешевле — куда как более выгодно, чем мариновать вещи на складе.

ЖАКЕТ, ДОЖДИСЬ МЕНЯ, ДОРОГОЙ!

Перед тем как отправиться домой писать статью про скидки, окидываю магазин прощальным взглядом и замечаю на кронштейне лиловый жакет из хлопчатобумажного бархата, на который положила глаз еще в прошлом году. Тогда он стоил четыре с половиной тысячи. Смотрю на ценник — 1500! Но я специально пошла на редакционное задание без денег, чтобы избежать соблазнов. К тому же есть шанс, что, когда я забреду в магазин в следующий раз, жакет будет стоить уже 1000 рублей. Вернее — 999!

СТОК — НЕ ОТСТОЙ

То, что не купили и со скидкой, отправляют в стоковые магазины. В переводе с английского языка слово «stock» означает «запас». А по-русски звучит как-то не очень. Но сток — это не обязательно отстой. Это даже и не секонд-хэнд. Это — одежда новая (во всяком случае в буквальном смысле слова). Возникновение стоковых магазинов в Западной Европе и США было спровоцировано бурным развитием индустрии моды, массового производства одежды. В условиях острой конкуренции на рынке модной одежды даже после удачных сезонов в бутиках и универмагах часть коллекций остается невостребованной. Даже после распродаж в бутиках и универмагах «зависают» от 5 до 25% коллекции. Из этих-то «процентов» и образуются стоки.

МОЖНО ВОПРОС?

Как вы относитесь к распродажам?

Юрий МАКАРЕВИЧ, дизайнер ручного трикотажа:

— В России сейл может быть «ловушкой для дураков». Для начала надо побывать в магазине и присмотреться к ценам. У меня была история: выбирал себе телевизор и долго и нудно ходил по магазинам. В одном присмотрел: допустим, цена — 10 000. Через неделю зашел, и — о, радость! — распродажа. И вот я вижу: модель, которую я присмотрел, «уценена» и стоит уже 11 500! Та же история произошла с моей знакомой. Присмотрела сапоги за 3000. Пришла через 2 недели — уценка 50%. И стоят они 2900 рублей.

Леонид ОКУНЕВСКИЙ, студент:

— Часто покупаю одежду в стоках. Мне повезло найти два прямо у дома.

Купил там зимнюю куртку, пиджак, ботинки из нубука и несколько пар джинсов — все фирменное. На многих вещах сохранились ценники из западных магазинов. То, что стоило 100 евро, например, — у нас может продаваться за тысячу рублей или меньше.

Ирина ОБРАЗЦОВА, театровед, радиожурналист:

— Я ношу или вещи, которые мне дарит моя сестра Елена Образцова, или секонд-хэнд, который мне приносят. Забавно, но я не люблю магазины, вообще не люблю тему выбора. Хотя однажды попала на распродажу. Это было в Париже после Дня независимости. Все как будто сошли с ума! Даже я купила три вещи, правда английские, — брюки, пиджак и юбку!

Евгений ХОХЛОВ, Юлия БУНАКОВА, художники-модельеры:

— Скидки нужны! Конечно, у нас в стране еще нет этой культуры распродаж, работы с клиентом. Кто-то дурит народ, то есть ставят изначально цены на товар на 30% больше, а потом гордо пишут: скидка 30%! Покупателю приятно, а владельцы тоже не внакладе: приходят к своей реальной цене. Но многие фирмы и магазины сегодня на самом деле делают скидки, и они реальные.

В Париже, например, люди ждут скидок и сметают все подряд, в дорогие бутики ломаются толпы, стоят длиннейшие очереди. Чтобы купить фирменный платочек-каре от «Гермес», очередь в бутик занимают ранним утром, мерзнут на улице, нервничают. Как у нас в очередях за номерком к врачу в поликлинику. Мне кажется, что на распродажах стоит покупать, это приятно, а потом, если это большие марки, то и скидки большие.

Включайте мозги и ищите подвох!

Очень популярны акции вроде «Три сорочки по цене одной» или «При покупке одной пары обуви вторая — бесплатно!». Тут даже у самого наивного человека возникнет естественный вопрос: «А за какие такие красивые глаза мне хотят подарить две сорочки или пару туфель?» И начнет искать подвох, а затем, устав от умственных усилий, махнет рукой и уйдет ничего не купив.

Подвохов тут может быть несколько.

Номер первый. Решив купить, например, туфли в надежде получить на халюву вторые, вы можете очень неприятно удивиться, узнав, что выбрать себе эту самую бонусную пару вы не можете. Вам ее предложит продавец. Как правило,

это туфли, которые никому не нужны даже даром.

Тот же самый сюжет может разыграться с сорочками. Одну-то вы можете выбрать, а две другие вам всучат продавцы. Это бывает, к счастью, не во всех магазинах, но прежде чем покупать три вещи по цене одной, все же поинтересуйтесь, сможете вы их сами выбрать или вам всучат «кота в мешке».

Подвох второй. Незадолго до начала сезона распродаж (а к ним магазины начинают готовиться примерно за два месяца) цены на новые модные товары поднимают на 100 процентов.

Магазин получает неплохую прибыль. Но вот сезон заканчивается, а часть това-

ров так и осталась невостребованной. И тут очень важно избавиться от них как можно быстрее, освободив место для новых коллекций. Отсюда следует очень существенное снижение цен. Но, если учесть первоначальную наценку в 100%, нетрудно подсчитать, что даже при огромной скидке в 70% (которую вы вряд ли где-то реально обнаружите) магазин свое получит.

В этом случае на распродаже вас как раз никто не дурит. Лохом вы были тогда, когда платили за ту же самую рубашку в начале сезона завышенную цену.

Подвох третий. Максимальные скидки

КСТАТИ

70- и 80-процентное снижение первичной стоимости товара — сугубо российский явление. Для западных торговцев и потребителей это нонсенс. В большинстве европейских стран снизить цену во время распродаж можно не более чем на 30 — 50%. Причем этот порядок закреплен законодательно.

делаются также на самые «зависшие» товары. Это, как правило, одежда неходовых размеров, слишком экстравагантная, ультрамодная, непрактичная. «Зависают» и откровенные неудачи модельеров.

Привлеченные суперскидкой, все же посмотрите внимательно на вещь и подумайте: а почему ее никто не захотел купить?