

УДК 338.486.1:339.189.44(470+571)
ББК 65.9

ИНОСТРАННЫЕ ФРАНЧАЙЗИНГОВЫЕ СЕТИ В ЮФО: ОТРАСЛЕВОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ И ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ

И.В. Кудряшова, Ю.В. Полякова

В статье на основе метода компаративного анализа сопоставляются отраслевая и территориальная концентрации иностранных франшиз, а также факторы, определяющие динамику франчайзингового рынка в России и Южном федеральном округе. Обосновывается, что в целях диверсификации структуры франчайзингового рынка ЮФО и повышения роли иностранных франшиз в ходе обеспечения экономического роста необходимо в Южном регионе предоставлять организационную, административную и консультационную помощь, а также оказывать финансовую поддержку франчайзингу.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзинговая сеть, франчайзинговый рынок, импортная франшиза, иностранный франчайзер, отечественный франчайзи.

FOREIGN FRANCHISING CHAINS IN THE SOUTHERN FEDERAL DISTRICT: SECTORAL DISTRIBUTION AND DEVELOPMENT FACTORS

I.V. Kudryashova, Yu.V. Polyakova

In the article on the basis of the comparative analysis method the industrial and territorial concentration of foreign franchises is compared as well as the factors determining the dynamics of the franchising market in Russia and the Southern Federal district. It is proved that for the diversification of the structure of the franchising market of the Southern Federal district and the increase of the role of foreign franchises during the economic growth it is necessary to offer the organizational, administrative and advisory help as well as to provide the support to franchising in the Southern region.

Key words: franchising, franchising chain, franchise market, import franchise, foreign franchiser, domestic franchisee.

Франчайзинг является одним из самых действенных способов повышения эффективности и конкурентоспособности малого бизнеса и получает все большее распространение в России. Так, количество франчайзеров в период с 2007–2013 гг. возросло с 400 до 1300, а количество франчайзинговых точек по итогам 2013 г. составило более 74,6 тыс. [8]. Возросла и доля франчайзинга в ВВП страны с 1 % в 2012 г. [2, с. 103] до 3,5 в 2013 году [8]. И хотя значение этого показателя все еще на много ниже по сравнению с США (15 % в 2012 г.), Китаем (8,7 % в 2012 г.), тем не менее, оно уже достигло уровня отдельных развитых стран, например Финляндии (3,5 % в 2012 г.) [2, с. 103].

Распределение франчайзинговых сетей на территории России происходит неравномерно, что объяснимо как различиями в уровнях социально-экономического развития регионов, так и активностью местных властей в вопросах создания условий для организации и функционирования франчайзинговой формы организации бизнеса. К числу регионов России, в которых франчайзинг развивается наиболее активно, относятся г. Москва, Московская, Тюменская и Челябинская области, Республика Татарстан. А среди регионов ЮФО наиболее динамичным с точки зрения темпов роста франчайзингового бизнеса выделяется Краснодарский край [8].

Развитие российского франчайзингового рынка происходит в соответствии с мировыми тенденциями, и первые франшизы, предлагавшиеся в России, были в основном зарубежными.

Безусловно, привлекательность сотрудничества с иностранными франчайзерами определяется наличием у них во многих случаях относительно более богатого опыта и высокой репутации. Кроме того, импортные франшизы зачастую выгодно отличаются от отечественных более тщательно продуманной и детально проработанной поддержкой франчайзи, что является одним из основных преимуществ франчайзинговой системы.

Однако за более чем 20-летнюю историю франчайзинга в РФ отечественные франшизы усовершенствовались. Кроме того, они более адаптированы к российской практике ведения бизнеса и в большей степени учитывают предпочтения российских потребителей.

В настоящее время структура рынка франшиз с точки зрения страны их происхождения кардинально изменилась и наибольшая их доля принадлежит российским предпринимателям [5].

Международные франчайзинговые сети развиваются в ЮФО в соответствии с общероссийскими тенденциями, к которым относятся: рост количества франчайзинговых компаний; омоложение аудитории покупателей франшиз; увеличение доли эконом-франшиз. Отраслевое распределение франшизных предприятий в Южном регионе также аналогично структуре франчайзингового рынка в России. Основными сферами распространения как российских, так и иностранных франшиз в 2013 г. стали розничная торговля (47 %), бытовые услуги (23 %) и общественное питание (14 %) [8].

Развитие международных франчайзинговых сетей в ЮФО происходит как под влиянием характерных для всей России факторов, так и специфических, действующих в основном в Южном регионе. К числу первых, способствующих положительной динамике франчайзингового бизнеса, относятся наличие существенных преимуществ для предпринимателей при организации франчайзингового предприятия; активное участие молодежи в бизнесе; создание объединения профессиональных участников рынка – Российской ассоциации франчайзинга (РАФ), – оказывающего поддержку как франчайзерам, так и франчайзи и др. Препятствуют же распространению иностранных франшиз в России несовершенство правового пространства франчайзинга, отсутствие финансовой поддержки российских франчайзи [4].

Специфические же факторы, определяющие динамику международного франчайзинга в ЮФО по отдельным отраслевым направлениям, охарактеризуем подробнее.

Значительную роль в обеспечении основной доли иностранных франшиз, функционирующих в ЮФО в сегменте розничной торговли, играет на-

личие относительно насыщенного рынка торговой недвижимости.

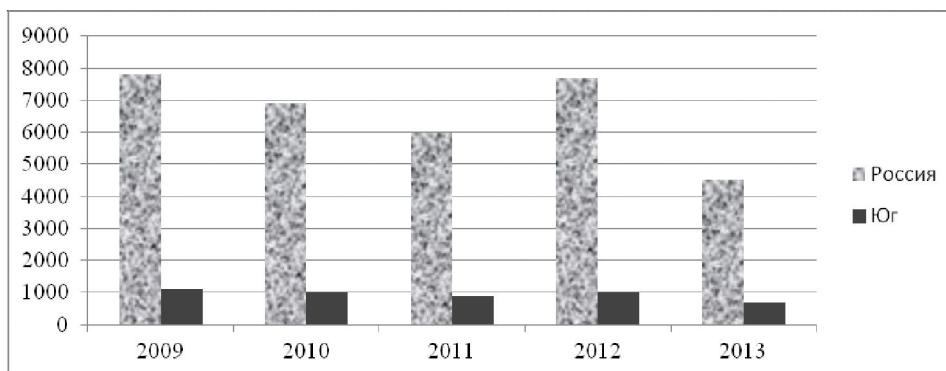
Нормативных значений показателя обеспеченности торговыми площадями не существует. Его уровень в Европе в среднем составляет 350–400 м² на 1 тыс. жителей. В России данный показатель составляет около 300 м²/тыс. чел. При этом уровень насыщенности торговыми площадями таких российских городов, как Казань, Самара, Воронеж, Санкт-Петербург значительно выше, чем во многих европейских странах [7].

В Южном федеральном округе этап активного ввода в эксплуатацию торговой недвижимости уже закончился.

Так, в Ростовской области объем ввода в эксплуатацию торговых объектов в 2009–2012 гг. сократился в 5 раз. В Краснодарском крае в 2010–2011 гг. также наблюдалось снижение объема вводимых торговых площадей в 3,5 раза.

Для других регионов Юга России по сравнению с Ростовской областью и Краснодарским краем на рынке торговой недвижимости были характерны другие тенденции. Так, в Волгоградской области в 2012 г. было сдано 210 тыс. м² торговой недвижимости, что больше в 2,4 раза относительно 2009 года. В Астраханской области максимальный размер сдачи объектов торговой недвижимости пришелся на 2010–2011 гг., когда на Юге и в России в целом наблюдалось падение объемов ввода. Но даже на фоне положительной динамики рынка торговой недвижимости в Волгоградской и Астраханской областях, в Южном регионе и в России тренд оказался отрицательным (см. рисунок).

Несмотря на отрицательную динамику ввода торговых помещений, уровень обеспеченности торговой недвижимостью в ЮФО остается высоким относительно общероссийского значения.



Объем ввода торговых помещений в 2009–2013 гг., тыс. м²

Примечание. Источник: [1].

В Ростове-на-Дону на 1 тыс. чел. в 2013 г. приходилось 385 м² торговых помещений, в Астрахани – 313 м², в Ставрополе – 262 м², в Волгограде – 250 м², а в Краснодаре, региональном лидере по объему торговых площадей и числу торговых центров, – 824 м² (см. табл. 1).

Очевидно, что наличие качественной торговой недвижимости, позволяющей функционировать крупным, современным торгово-развлекательным центрам, обеспечивает рост количества иностранных франшиз в сфере розничной торговли в регионах ЮФО.

Крупными ТРЦ, притягивающими бренды разной национальной принадлежности в г. Краснодар, являются: «МЕГА», «Мегамолл СБС», «Галактика», «Галерея Краснодар», «Красная площадь» и 1-я очередь «OZ MALL» [9].

Таблица 1

Обеспеченность качественной торговой недвижимостью в России и отдельных городах ЮФО в 2013 г.

Город	Уровень обеспеченности торговой недвижимостью, м ² /тыс. чел.
Ростов-на-Дону	385
Астрахань	313
Ставрополь	262
Волгоград	250
Краснодар	824

Примечание. Составлено авторами по: [1].

В Ростове-на-Дону операторы розничной торговли международных брендов располагаются в торговых центрах «Талер», «Мегамаг» или «Мега Ростов-на-Дону».

В Волгограде в 2013 г. реализован один из крупнейших для России проектов торговых центров – ТРЦ «Акварель», который отличается внушительной площадью (121 тыс. м²). Уникальным является также состав операторов розничной торговли и индустрии развлечений, которые привлекают посетителей не только из прилегающих районов города, но и окрестных населенных пунктов.

В этом ТРЦ разместилось около 200 магазинов, среди которых широко представлены и иностранные франчайзинговые сети: ZARA, Mango, New Yorker, InCity, Massimo Dutti, Pull&Bear, Stradivarius, Bershka, Promod, Rezerved, Camaieu.

Отсутствие крупных торговых центров в республиках Адыгея и Калмыкия выступает одним из тормозящих распространение иностран-

ных франчайзинговых сетей в сфере розничной торговли факторов.

Заметим, что такая тенденция, как стремление иностранных франчайзеров в данной отрасли расширять географию своего присутствия на российском рынке и адаптировать свои франшизы под небольшие города [2, с. 105], характерная для отечественного франчайзингового рынка, не действует в полной мере в Южном регионе.

В ЮФО в сфере розничной торговли представлено множество зарубежных франчайзинговых сетей. Так, широкое распространение получила испанская Zara. Компания The Denim Star Project представляет на рынке бренды Energie, Killah, Replay, Stefanel. Несколько франшизных магазинов в Южном регионе имеет испанская компания Mango и др.

Но, несмотря на большое количество, магазины, работающие под известными международными брендами, распределены по территории Юга России неравномерно и сконцентрированы в крупных региональных центрах (см. табл. 2).

Территориальное распределение в ЮФО иностранных франшиз в сфере общественного питания происходит аналогичным образом.

В Южном регионе в данной отрасли представлены такие известные зарубежные бренды, как «McDonald's», «Subway» (фаст-фуд), «Сбарро» (рестораны) и «Cinnabon» (пекарня/свежая выпечка). Работающие под их именами франчайзи ориентируются на относительно крупные города региона и открывают свои точки именно в них. А малонаселенные города остаются не освоенными (см. табл. 3).

Иностранные франчайзинговые сети в сфере услуг функционируют в ЮФО в медицине, образовании, спорте, а также гостиничном бизнесе.

С 1995 г. в России начала формироваться сеть АМД Лабораторий, работающих по уникальной методике лечения волос и кожи головы [6]. Эксклюзивными правами, подтвержденными сертификатами Комитета РФ по патентам и товарным знакам, на торговую марку АМД Лаборатории (AMD Laboratories), а также на АМД технологию лечения волос обладает ООО «КОРУС». В ЮФО данная сеть представлена в г. Краснодар и г. Ростов-на-Дону.

В сфере образовательных услуг в Южном регионе функционирует североамериканская франчайзинговая сеть FasTracKids, которая начала свою деятельность как международная компания, открыв первые франчайзинговые центры

в пяти странах мира. FasTracKids неоднократно была признана одной из лучших франчайзинговых компаний по версии журнала Entrepreneur Magazine. В настоящее время существует уже более 300 центров FasTracKids в 51 стране мира. С 2006 г. в ЮФО один из этих центров работает и в ЮФО – в г. Ростов-на-Дону [3]. Кроме того, под именем зарубежной компании «English First» работает несколько школ английского языка в Ростове-на-Дону.

Основным направлением развития франчайзинга в спортивной индустрии являются франшизы фитнес-центров. Темпы роста рынка фитнес-услуг высоки и составляют около 40 % в год. Иностраные франчайзинговые сети на рынке услуг в ЮФО (в г. Краснодар) представляет клуб Gold's Gym, который имеет более 700 фитнес-клубов в различных странах мира.

Пожалуй, важнейшим направлением развития международного франчайзинга в сфере ус-

Таблица 2

Распределение отдельных международных франчайзинговых сетей в сфере розничной торговли по территории ЮФО

Регион ЮФО	Иностранная франчайзинговая сеть		
	Zara	Mango	Replay
Краснодарский край	Краснодар Сочи Новороссийск	Краснодар Сочи Новороссийск	Краснодар Сочи
Астраханская область	Астрахань	Астрахань Ахтубинск	Астрахань
Ростовская область	Ростов-на-Дону Таганрог	Ростов-на-Дону	Ростов-на-Дону
Волгоградская область	Волгоград Волжский Камышин Михайловка	Волгоград Волжский Камышин Михайловка	Волгоград
Республика Адыгея	–	–	–
Республика Калмыкия	–	–	–

Примечание. Составлено авторами.

Таблица 3

Распределение отдельных международных франчайзинговых сетей в сфере общественного питания по территории ЮФО

Регион ЮФО	Иностранная франчайзинговая сеть			
	McDonald's	Subway	Сбарро	Cinnabon
Краснодарский край	Краснодар	Краснодар	Краснодар	Краснодар Сочи Новороссийск
Астраханская область	Астрахань	Астрахань	–	Астрахань
Ростовская область	Ростов-на-Дону	Ростов-на-Дону	Ростов-на-Дону	Ростов-на-Дону
Волгоградская область	Волгоград Волжский	Волгоград Волжский	Волгоград	Волгоград
Республика Адыгея	–	–	–	–
Республика Калмыкия	–	–	–	–

Примечание. Составлено авторами.

луг на Юге России является гостиничный бизнес. Специфическими факторами, определяющими положительную динамику иностранных франчайзинговых сетей в этом виде услуг в ЮФО, являются завершившиеся (зимние Олимпийские и Паралимпийские игры 2014 г.) и предстоящие (Чемпионат мира по футболу 2018 г.) крупные спортивные мероприятия.

До недавнего времени в ЮФО международные гостиничные операторы демонстрировали свое активное присутствие, в основном в г. Сочи. В рамках подготовки к зимним Олимпийским и Паралимпийским играм 2014 г. там был открыт и функционирует целый ряд отелей, входящих в известные международные сети: Radisson Blu Resort & Congress Centre 5* (гостиничный оператор Carlson Rezidor Hotel Group), Radisson CAC Лазурная 4* (Carlson Rezidor Hotel Group), Radisson CAC ПИК Отель 4* (Carlson Rezidor Hotel Group), Tulip Inn Rosa Khutor Hotel 4* (Golden Tulip Hotels, Suites & Resorts), Park Inn by Radisson Rosa Khutor 4* (Carlson Rezidor Hotel Group) и др. Кроме того, завершено строительство и введены в эксплуатацию отели в категориях 3–5*, работающих под такими брендами, как Swissotel Hotels & Resorts, Carlson Rezidor Hotel Group, Marriott International Inc., Accor Hotels и др.

Кроме г. Сочи, наличие в котором качественных средств размещения, в том числе и входящих в международные сети, во многом было связано с проведением Игр 2014 г., в ЮФО представлено еще несколько отелей, работающих под иностранными брендами.

В столице Краснодарского края действующим объектом рынка гостиничной недвижимости, входящим в международную сеть, является отель «Hilton Garden Inn Krasnodar» 4* (Hilton Worldwide). В 2013 г. открылся отель «Marriott Krasnodar» 5* (Marriott International Inc.). Новый 4-звездочный отель «Меркурий» (Mercure) работает под международным брендом Accor Hotels. Кроме того, подписано соглашение с международной компанией Starwood Hotels & Resorts, согласно которому в г. Краснодар под этим брендом появится отель «Four Points by Sheraton Краснодар» 4*.

Другим городом Юга России, где в настоящее время уже присутствуют международные гостиничные сети, является Астрахань. Там с 2009 г. функционирует Al Pash Grand Hotel 5*, а летом 2011 г. открылся отель Park Inn Астрахань 4* (Accor Hotels).

Однако предстоящий в 2018 г. Чемпионат мира по футболу предопределил потребность в

активном развитии гостиничного бизнеса и в других регионах Юга России, прежде всего в г. Волгоград и г. Ростов-на-Дону, которые вошли в число городов, где будет проведена часть спортивных мероприятий.

При этом наличие новых отелей для обеспечения комфортных условий проживания гостей Чемпионата мира по футболу является требованием ФИФА. Поэтому в этих городах к 2018 г. необходимо иметь как минимум по три гостиницы категории «пять звезд» с общим фондом в 300 номеров, восемь гостиниц – «четыре звезды» с общим фондом в 210 номеров, сеть – «три звезды» с общим фондом в 750 номеров и широкую сеть отелей категории «две звезды» с общим фондом в 6 000 номеров.

В настоящее время в г. Ростов-на-Дону в стадии активного строительства находятся такие отели, как Hyatt Regency Rostov Don-Plaza, Sheraton Rostov-on-Don Hotel и Mercure, которые должны быть открыты в ближайшие 2 года. В стадии разработки проектов, экспертизы проектной документации, выбора генподрядчика, поиска инвесторов находится еще несколько объектов рынка гостиничной недвижимости этого города. Ожидается, что их ввод в эксплуатацию будет осуществлен к концу 2014 года (см. табл. 4).

В Волгограде осенью 2013 г. была открыта гостиница Hampton by Hilton Volgograd 3*, которая функционирует под международным брендом Hilton Worldwide. Начато строительство второго отеля, который будет функционировать под этим же брендом. На ближайшие два года запланировано строительство еще двух отелей под международными брендами. При этом ни один из запланированных отелей не будет работать в категории 5*.

Возвращаясь к характеристике отраслевого распределения иностранных франшиз в ЮФО, заметим, что также как и в целом на российском рынке, в Южном регионе аутсайдерами в системе франчайзинговых отношений выступают сферы производства и b2b (бизнес для бизнеса, то есть производство товаров или предоставление услуг, предназначенных не для конечного потребителя, а в дальнейшем используемых в процессе производства других товаров и предоставления услуг), доля которых на рынках многих стран является весьма значительной.

Очевидно, что сложившееся отраслевое и территориальное распределение иностранных франшиз в ЮФО характеризуется преимущественным предложением их в тех же сферах и регионах, в которых наиболее активны россий-

Международные отели, запланированные к открытию в г. Ростов-на-Дону и г. Волгоград

Город	Отель	Гостиничный оператор	Категория отеля
Рос- тов-на- Дону	Hyatt Regency Rostov Don-Plaza	Hyatt Corporation	5
	Sheraton Rostov-on-Don Hotel	Sheraton Overseas Management Corporation	5
	Le Meredien	Sheraton Overseas Management Corporation	5
	Kempinski Московская Ростов-на-Дону	Kempinski	5
	Marriott Courtyard Ростов	Marriott Hotels Group	4
	Mercure Ростов-на-Дону	Accor Group	4
	Hampton by Hilton Rostov City Center	Hilton Worldwide	3
	Holiday Inn Ростов-на-Дону	Inter Continental Hotel Group	3
	Ibis	Accor Group	3
Волго- град	Hilton Garden Inn Volgograd	Hilton Worldwide	4
	Novotel	Accor Group	4
	Park Inn Volgograd	Carlson Rezidor Hotel Group	3

Примечание. Источник: [4, с. 54].

ские франчайзеры. Такое положение не отвечает существующим приоритетам и ориентирам модернизации российской экономики в целом и Южного федерального округа. Безусловно, расширение франчайзингового рынка в Южном регионе способствует развитию малого предпринимательства, создавая рабочие места, обеспечивает рост занятости, а также содействует росту налоговых поступлений в бюджет. Тем не менее высокий удельный вес сферы розничных продаж на рынке импортных франшиз обеспечивает рост объемов производства в первую очередь не российских, а иностранных компаний. Кроме того, отсутствие в ЮФО практики реализации франчайзинговых соглашений с зарубежными франчайзерами в сферах производства, b2b, строительства не способствует росту реального сектора экономики Южного региона на основе использования эффективного мирового опыта.

Повышение активности местных властей в вопросах обеспечения организационной и административной поддержки, развития региональных программ кредитования франчайзинга, а также оказания консультационной помощи франчайзи смогут содействовать диверсификации отраслевого распределения иностранных франшиз в ЮФО и повышению роли иностранных франчайзеров в стратегически важных для региональной экономики сферах деятельности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Володько, И. Торговля уходит на периферию / И. Володько, Л. Шаповалова // Эксперт Юг. – 2014. – № 9 (298). – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://expert.ru/south/2014/09/torgovlya-uhodit-na-periferiyu>. – Загл. с экрана (дата обращения: 08.06.2014).
2. Иншакова, Е. И. Иностранные франчайзинговые сети в России: масштабы функционирования и роль в экономике / Е. И. Иншакова, И. В. Кудряшова, Ю. В. Полякова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 3, Экономика. Экология. – 2014. – № 1 (24). – С. 99–110.
3. История создания FasTracKids® / Центр раннего развития FasTracKids®. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.fasttrackkids.ru/index.php/o-kompanii/istoriq>. – Загл. с экрана (дата обращения: 10.06.2014).
4. Кудряшова, И. В. Факторы развития международного франчайзинга в России / И. В. Кудряшова, Ю. В. Полякова // Экономика: теория и практика. – 2014. – № 1 (33). – С. 50–54.
5. Общий обзор франшиз для России конца 2012 – начала 2013 г. // Франчайзи. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.franchisee.su/analiz-franshiz/obshchiy-obzor-franshiz-2012-2013.php>. – Загл. с экрана (дата обращения: 10.06.2014).
6. О компании / АМД Лаборатория. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.amdlab.ru/o-kompanii>. – Загл. с экрана (дата обращения: 11.06.2014).
7. Отраслевой обзор «180 проектов строительства торговых объектов в России» / Агентство «INFOLine». – Электрон. текстовые дан. – Режим дос-

тупа: <http://infoline.spb.ru/upload/iblock/2e8/2e871768f5e395d137e613da9cf9e74e.pdf>. – Загл. с экрана (дата обращения: 11.06.2014).

8. Рождественская, А. Семь факторов роста российского франчайзинга / А. Рождественская / Портал Franshiza.ru. – Электрон. текстовые дан. – Режим до-

ступа: http://franshiza.ru/article/read/sem_faktorov_gosta. – Загл. с экрана (дата обращения: 13.06.2014).

9. Южное направление франчайзинга / Портал о партнерском бизнесе и франчайзинге. 2012. – Электрон. текстовые дан. – Режим доступа: <http://www.buubrand.ru/articles/2579>. – Загл. с экрана (дата обращения: 07.06.2014).