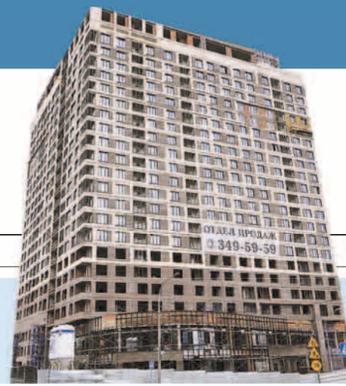




10 Почему в Красноярском крае инвестиции снизились, а в Кузбассе выросли почти на треть

12 На чем основана уверенность крупнейших региональных банков Сибири, что регулятор не отзовет у них лицензии



Экономический кризис и стагнация последних лет привели к резкому росту спроса на франшизы сибирских компаний. По оценке Российской ассоциации франчайзинга (РАФ), сибирские франчайзеры — одни из самых успешных в стране. Для одних из них продажа франшизы — дополнительный инструмент развития бизнеса, для других — основной источник дохода. И те, и другие нацелены на дальнейший рост франчайзингового бизнеса, как на рынке России, так и в СНГ.

## Скопировать успех

— бизнес —

### Цепная реакция

«Рынок франчайзинга в Сибири развивается весьма динамично, особенно в таких городах, как Новосибирск, Иркутск, Норильск, Красноярск, Омск и Томск», — говорит президент РАФ Агнесса Осипова. — Компании из Сибири занимают пять позиций в рейтинге журнала Forbes „25 самых выгодных франшиз в России“, у которых по сравнению с прошлым годом наибольший прирост точек». Это новосибирские компании — служба доставки СДЭК, сеть автосервисов «Вилгуд», сеть кофеен Traveler's Coffee, электронный справочник 2ГИС и производство сверхпрочных покрытий с зеркальным блеском Unibrat. Такой впечатляющий результат, учитывая, что в Сибири проживает только 24% населения страны, по мнению госпожи Осиповой, «выводит регион в лидеры российского франчайзинга».

Две из пяти франшиз рейтинга — «Вилгуд» и Unibrat — производственные компании. «Это очень важно, так как, по оценке РАФ, среди компаний, развивающихся по франчайзингу, к категории производственных относятся не более 4% от общего числа. Производство — сложный вид бизнеса, который требует инновационных разработок, внедрения современных технологий, хорошего знания конъюнктуры и емкости рынка», — констатирует Агнесса Осипова.

В РАФ считают, что экономическая нестабильность сыграла в пользу развития франчайзинга. Успешное сотрудничество с крепкими брендами стало для одних предпринимателей эффективным инструментом развития бизнеса, а для других — основанием для его полного перепрофилирования на развитие по франчайзингу. Снижение рисков при старте, удлинение жизненного цикла бизнеса, синергия творческого и делового потенциала партнеров франчайзинговой сети — все это дает мощный рост среднего класса, считает Агнесса Осипова. «Положительный результат одних предпринимателей мотивирует других, начинается цепная реакция. Чем больше концентрация франчайзинговых предприятий в одном регионе, тем больше желающих попробовать свои силы в бизнесе данного формата. Лучшая реклама франшизы — это скорость выхода на точку безубыточности и положительные отзывы франчайзи, которые являются весомым аргументом для других предпринимателей», — подчеркивает она.

### Попали в точку

К числу успешных франчайзеров в Сибири относятся десятки компаний — от точек по продаже кофе до многомиллиардного бизнеса. К последнему, например, относится компания «2ГИС». «Франчайзинг — основной инструмент территориаль-



Экономическая ситуация в стране благоволил сибирским франчайзерам

ного развития „2ГИС“. Большинство офисов открыто по этой модели. Поскольку практически все крупные города в России нами уже охвачены, сейчас основной вектор — запуск проектов в СНГ, — рассказывает директор по франчайзингу компании „2ГИС“ Сергей Вурим. — При этом мы не гонимся за количеством новых точек, нам важно найти партнеров, которые могут качественно поддерживать продукт на своей территории и с нашей поддержкой добиваться хороших коммерческих результатов».

В этом году компания запустила карту и справочник 2ГИС в Шымкенте и Актау (Казахстан). В 2016 году объем продаж рекламы в сервисе „2ГИС“ составил 4,7 млрд руб., при этом половину объема продаж в России и СНГ сгенерировали франчайзи, полови-

ну — собственные филиалы. «Покупают франшизу разные предприниматели, главное для нас — партнер должен быть готов уделять проекту время и внимание. „2ГИС“ — это не история про „вложился и жду при-

быль“. Успех проекта во многом зависит от того, насколько активно предприниматель участвует в проекте и использует предлагаемые ему инструменты», — объясняет Сергей Вурим. Стоимость франшизы „2ГИС“ зависит от размера города. Суммарные затраты на франшизу, открытие локального офиса „2ГИС“, рекламу, формирование базы рекламодателей для вывода проекта в прибыль господин Вурим оценил в \$300 тыс. для среднего статистического города. Примерно два с половиной года требуется франчайзи для вывода в прибыль и пять лет — для возврата вложений».

Для одного из российских лидеров по производству биологически активных добавок (БАД) ЗАО «Эвалар», чьи штаб-квартира и производственные мощности расположены в Бийске, продажа франшизы — это способ расширить каналы сбыта продукции и вывести на рынок новые бренды, так как франчайзи, согласно условиям контракта, обязаны иметь весь ассортимент продукции «Эвалар». «На сегодня доля БАД не превышает 5% в ассортименте аптеки — это очень мало. При этом ситуация усугубляется концентрацией

аптечных сетей. Это осложняет продвижение брендов в аптеки, удорожая маркетинговые затраты, происходит сужение ассортимента, так как аптечные сети интересуют высоколиквидные позиции с высокой оборачиваемостью», — комментирует председатель совета директоров ЗАО «Эвалар» Наталья Прокопьева.

В настоящий момент количество аптек, работающих под маркой «Эвалар», достигло 122 в 26 регионах РФ. «Текущий и 2016 годы показали наиболее динамичный прирост сети, которая увеличилась более чем на 100%. Например, в 2017 году под бренд „Эвалар“ перешли 13 аптек. Большинство держателей франшизы — это региональные аптеки», — рассказывает Наталья Прокопьева. Паушальный взнос за франшизу составляет 5 тыс. руб., роялти — 0,1% от реализации продукции. Затраты на оформление торгового зала — 100–300 тыс. руб. «С учетом средних показателей окупаемости инвестиций — около шести-восьми месяцев», — добавляет госпожа Прокопьева.

Как рассказала «Экономике региона» директор по связям с общественностью группы компаний «Обувь

России» Наталья Паули, франчайзинг позволяет расширить географию продаж и рынки сбыта, «выйти в те города, в которых „Обувь России“ пока не развивает собственную сеть». В первом полугодии 2017 года ГК «Обувь России» открыла более 50 партнерских магазинов в России.

Сложившаяся в стране экономическая ситуация благоволил и компании Fit Service (штаб-квартира находится в Новосибирске), развивающей по франшизе автосервисный бизнес. «Кризисные явления на российском рынке привели к тому, что многие клиенты дилерских станций уходят от них из-за высокой цены, а следующие по иерархии независимые автосервисы не всегда могут предложить нормальный сервис. Независимые автосервисы, попавшие в ситуацию кризиса, начинают искать для себя выход. На стыке этих двух явлений наше предложение по франшизе попадает в точку и востребовано», — рассказывает руководитель сети Fit Service Данил Соловьев. С начала года компания открыла в России по франшизе 56 автосервисов, таким образом сеть выросла до 82 станций в 33 городах.

По мнению Сергея Николаева, по итогам года мэрии удастся принять в эксплуатацию около 1 млн кв. м. «Я мониторю все новые стройки Новосибирска. Последние два года количество новых домов падает катастрофически темпами. В 2016 году рынок сократился на 46% к предыдущему году, а в 2017 году — еще на 30%. Только в июле ввод жилья оказался в шесть раз меньше, чем годом ранее», — говорит эксперт. — Если в январе в 136 домах предлагались квартиры от застройщика, то к середине текущего года эта цифра упала до 82. Считаю, что уже в третьем квартале 2018 года мы получим дефицит предложений в новостройках. Во

По словам господина Соловьева, 70% покупателей франшизы — присоединяющиеся автосервисы, 30% — инвесторы, приходящие в этот бизнес с нуля.

За год стоимость франшизы Fit Service снизилась с 500–750 тыс. руб. до 100–250 тыс. руб. «Мы взяли за правило удваивать количество сервисов ежегодно. И чтобы захватить пока все еще пустой рынок, мы снизили стоимость предложения. Это позволило нам привлечь большее количество потенциальных клиентов. Только в июне мы подписали 69 новых договоров», — говорит Данил Соловьев. Среднюю окупаемость инвестиций франчайзи в открытие точки он оценил в 18–24 месяца.

### «Рыночная конъюнктура к нам лояльна»

Особенно заметны на рынке франчайзинга сибирские рестораторы. «Сейчас появляется много интересных ресторанных проектов, в том числе формата fast food и fast casual, но, к сожалению, большинство из них закрываются, так как конкуренция в этом сегменте высокая. Франшиза же — это как минимум накопленный опыт, приведенный в единую систему, простую в управлении», — объясняет управляющий партнер сети ресторанов New York Pizza Евгения Головова. — За последние 15 лет мы максимально систематизировали процессы взаимодействия с франчайзи, есть готовое решение, задача состоит в ежедневном управлении бизнесом». С начала года компания открыла по франшизе три ресторана. Стоимость франшизы NYP — от 600 тыс. до 1 млн руб. в зависимости от формата заведения. Компания также берет 4% роялти и 2% — взнос на маркетинг. Затраты на открытие ресторана составляют 8–12 млн руб., расчетная окупаемость — три года.

«На доходы от франчайзинговой деятельности не являются в компании основными, мы только в начале пути. Административная структура, необходимая для развития, контроля качества и сервиса в ресторанах франчайзи, маркетинговая поддержка — все это требует достаточно больших затрат», — констатирует Евгений Головова.

Если для NYP франчайзинг — важный, но все-таки один из инструментов развития, то для компании «Фуд-мастер», которая развивает рестораны быстрого обслуживания «Вилка-ложка», — основной. «Мы хотим использовать сложившуюся на рынке ситуацию. Сегодня весьма благоприятное время для активной продажи франшизы. Есть множество потенциальных инвесторов, которые ищут варианты для правильного вложения средств. Проценты по вкладам падают, держать деньги в банке, как и „в чулке“ невыгодно», — перечисляет благоприятные факторы для своего бизнеса генеральный директор компании «Фуд-мастер» Илья Серов. c12

## Новостройкам вернули цену

Цены на новостройки в Новосибирске ползали вверх, превысив максимальное значение 2016 года. По итогам года эксперты прогнозируют рост стоимости нового жилья на 5%, а к осени 2019 года — на 20–25%. Падение темпов жилищного строительства, которое наблюдается на рынке с 2015 года, уже следующей осенью приведет к дефициту предложения, уверены застройщики. Половина новосибирских застройщиков не переживают новые рыночные реалии, считают аналитики и участники рынка.

— недвижимость —

### «Однушки» таят вниз

По данным исследования рынка новостроек Новосибирска за восемь месяцев 2017 года, подготовленного аналитиками сервиса «Декарт.онлайн», падение и стагнация 2015–2016 годов сменялись уверенным ростом цен на новую недвижимость. «В августе мы зафиксировали максимальную средневзвешенную цену на новостройки с начала года — 54,56 тыс. руб. за кв. м. Рост составил

2,33%. Считаю, что по итогам года рост средних цен на новое жилье достигнет 5%», — комментирует руководитель проекта «Декарт.онлайн» Максим Марков.

Согласно отчету «Декарт.онлайн», самое дешевое предложение на рынке новостроек Новосибирска — студия в микрорайоне «Радужный город» (22 кв. м) стоимостью 686 тыс. руб., самое дорогое — трехкомнатная квартира в ЖК «Римский квартал» (220 кв. м) по цене 26,47 млн руб. «По структуре предложения по-прежнему преобладают однокомнатные и студии — это 50% предложений в новостройках Новосибирска. При этом что реально городу нужно не более 25%. Из-за дисбаланса предложения цены на студии и однокомнатные продолжают снижаться, а на двухкомнатные квартиры — расти», — констатирует Максим Марков. Если в августе 2016 года однокомнатная квартира в среднем стоила 2,21 млн руб., то через год — 2,15 млн руб., двухкомнатная — 3,4 млн руб. и 3,42 млн руб. соответственно, трехкомнатная — 5,01 млн руб. и 5,04 млн руб.

По данным Росреестра, с января по август застройщики Новосибирска заключили 16

тыс. договоров долевого участия (ДДУ), или 2 тыс. договоров в месяц. На тройку лидеров отрасли — компании «Стрижи», «Сибкаремстрой» и «Сибирь» приходится 18% рынка ДДУ. При этом 10 ведущих застройщиков Новосибирска контролируют 40% строящихся квадратных метров по ДДУ.

### Мэрия недосчитается метров

Независимый аналитик рынка недвижимости Сергей Николаев рост стоимости жилья в новостройках связывает с падением темпов строительства. Если в 2015 году застройщики ввели рекордные для Новосибирска 1,73 млн кв. м жилья, то в 2016 году — 1,53 млн кв. м. В планах этого года — 1,37 млн кв. м. По итогам первых шести месяцев 2017 года мэрия Новосибирска приняла в эксплуатацию 408,9 тыс. кв. м жилья, или 76% от уровня аналогичного периода 2016 года. Это на 6% меньше новостроек, чем планировал муниципалитет. «У нас нет сомнений, что плановые цифры по вводу жилья в 2017 году будут достигнуты. Анализ предыдущих периодов, когда новосибирские строители сдавали более 1 млн кв. м

жилья, а это происходит с 2010 года, показывает, что объем 30% от плановых значений был характерен практически для всех лет. Считаю ситуацию вполне стабильной и объяснимой. Большая часть объектов, чья готовность составляет 80–90%, будут введены в эксплуатацию в третьем и четвертом кварталах», — комментировал в июле заместитель мэра — начальник департамента строительства и архитектуры мэрии Новосибирска Алексей Кондратьев.

По мнению Сергея Николаева, по итогам года мэрии удастся принять в эксплуатацию около 1 млн кв. м. «Я мониторю все новые стройки Новосибирска. Последние два года количество новых домов падает катастрофически темпами. В 2016 году рынок сократился на 46% к предыдущему году, а в 2017 году — еще на 30%. Только в июле ввод жилья оказался в шесть раз меньше, чем годом ранее», — говорит эксперт. — Если в январе в 136 домах предлагались квартиры от застройщика, то к середине текущего года эта цифра упала до 82. Считаю, что уже в третьем квартале 2018 года мы получим дефицит предложений в новостройках. Во

всяком случае, выбор будет существенно меньше. А через два года мы увидим рост средних цен на новостройки на 20–25%. По его словам, в июне в Новосибирске было продано на 2 тыс. квартир больше, чем построено. «Объем ввода жилья падает, инвестиционная активность снижается, ассортимент вымывается. В общем, в ближайшие два года вырисовывается хорошая картина для крупных застройщиков», — соглашается руководитель комитета по жилой недвижимости новосибирского представительства Российской гильдии управляющих и девелоперов, директор по продажам «Сибкаремстрой» Динар Зарипов.

Впрочем, господин Николаев не исключает, что для улучшения статистики мэрия может принять дома в микрорайоне «Просторный», которые ГК «Дискус» из-за финансовых сложностей не спешит вводить в эксплуатацию. «Падение объемов ввода жилья можно уменьшить только за счет того, что в августе 2017 года в ЖК „Просторный“. Но рынку от этого легче не будет: 85% квартир в „Просторном“ давно проданы», — замечает Сергей Николаев. c10