

ФРАНЧАЙЗИНГ В ЛАТИНСКОЙ АМЕРИКЕ: БРАЗИЛЬСКИЙ ВАРИАНТ УСПЕХА

Бердина М.Ю.¹, Торосян Е.К.²

¹ФГАОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения»; e-mail: svitkova_marina@mail.ru

²ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики»; e-mail: etorosyan@mail.ru

В настоящей статье рассматривается рынок Бразилии как один из наиболее динамично развивающихся рынков в регионе Латинской Америки. Проанализированы основные макроэкономические показатели развития латиноамериканского региона, показывающие положительный рост и место региона в целом на мировой арене. Показаны результаты развития франчайзинга в мире и по географическим регионам. Проанализировано текущее состояние и развитие франчайзинга в Бразилии по основным секторам экономики. Сделаны выводы о более активном развитии франчайзинга в Бразилии по сравнению с темпами роста ВВП страны. На основе статистических данных показано преобладание франчайзинговых сетей Бразилии в сфере услуг и розничной торговли. Показано место непосредственно франчайзинговых сетей по сравнению с зарубежными сетями на бразильском рынке. Показаны основные франчайзинговые бренды Бразилии и их рейтинг.

Ключевые слова: франчайзинговая сеть; Бразильская Ассоциация Франчайзинга, рейтинг благополучия в Америке, франчайзинговый канал; франчайзинг товара и торговой марки; сервисный франчайзинг; регион Латинской Америки; франчайзинг в Бразилии.

FRANCHISING IN LATIN AMERICA: BRAZIL SUCCESS

Berdina M.Y.¹, Torosyan E.K.²

¹ Saint-Petersburg State University of Aerospace Instrumentation, e-mail: svitkova_marina@mail.ru

² Saint-Petersburg National Research University of Information Technologies, Mechanics and Optics, e-mail: etorosyan@mail.ru

This article discusses Brazil, as one of the most dynamically developing markets in Latin America. The main macroeconomic indicators of the development of the Latin American region analyzed, showing positive growth and role of the region in general on the world stage. The development of franchising in the world and main geographical regions showed. It was analyzed the current state and development of franchising in Brazil by the main sectors of the economy. Authors did the conclusions about the more active development of franchising in Brazil compared with the GDP growth of the country. On the basis of statistical data was showed predominance of franchise networks Brazil in the sphere of services and retail trade. Authors showed directly franchise networks in comparison with foreign networks on the Brazilian market. The main franchise brands Brazil, and their rating were illustrated.

Keywords: franchising network; Brazil Franchise Association; rating of well-being in America; franchising channel; franchising of the goods and the trade mark; franchising business format; service franchising; Latin America region; franchising in Brazil.

Введение. На сегодняшний день регион Латинской Америки и Карибского бассейна (ЛАКБ) последовательно укрепляет свои позиции на международной арене, как экономические, так и политические. Разумеется, сейчас ни одна из стран Латинской Америки не входит в группу мировых лидеров первой линии, но в совокупности регион оказывает существенное влияние на глобальную политику и экономику благодаря растущему хозяйственному потенциалу, значительному населению и огромным природным ресурсам.

Латинская Америка продемонстрировала уверенное развитие в течение последнего десятилетия, в среднем около 4,5 % ежегодно по сравнению с 2,8 % в 1980-х и 1990-х годах. Это позволило миллионам людей вырваться из бедности и подтолкнуло безработицу к рекорд-

ным минимумам. Но основная часть этих достижений основывалась на внешних факторах, в том числе сыграл свою роль бум спроса и цен на сырьевые товары, которые производят страны Латинской Америки, такие как уголь, железо, соя, медь, золото и кофе.

В 2013 году у стран Латинской Америки и Карибского бассейна экономические показатели поднялись выше среднего мирового показателя (табл.1). Мексика, Панама и Чили обогнули Бразилию по экономическим показателям. Панама продвинулась вверх на 11 позиций до 31-го места в 2013 году по экономике.

Таблица 1

Темпы роста ВВП в странах Латинской Америки, % [13, p.154]

Страна	1995-2004	2005-2009	2010	2011	2012
<i>Латинская Америка</i>	<i>2,6</i>	<i>3,8</i>	<i>6,1</i>	<i>4,6</i>	<i>3,0</i>
Аргентина	1,1	6,8	9,2	8,9	1,9
Бразилия	2,5	3,6	7,5	2,7	0,9
Венесуэла	1,0	6,2	-1,5	4,2	5,5
Колумбия	2,3	4,7	4,0	6,6	4,0
Мексика	2,5	1,3	5,3	3,9	3,9
Перу	3,5	6,8	8,8	6,9	6,3
Чили	4,7	3,9	5,8	5,9	5,5

Повышению динамики экономического развития помогла благоприятная конъюнктура на мировых рынках, обеспечившая растущий спрос и относительно высокие цены на сырьевые и продовольственные товары – главную статью латиноамериканского экспорта. Именно сопряжение внутренних усилий и внешних факторов привело к тому, что в 2000–2012 гг. региональный ВВП вырос в 2,5 раза, в три раза увеличился товарный экспорт, в четыре – накопленный объем прямых иностранных инвестиций, более чем в пять раз – валютные резервы [11]. В эти годы латиноамериканские страны настолько экономически и финансово окрепли, что сами превратились в заметных экспортеров капитала. Накопленный объем прямых зарубежных инвестиций «транслатинас» [10] (региональных транснациональных корпораций) в 2011 г. перешагнул отметку в 1 трлн долл., что означало превышение в пять раз показателя 2000 г. Одновременно произошло заметное снижение размера государственного долга по отношению к ВВП (табл. 2).

Таблица 2

Макроэкономические показатели Латинской Америки, млрд долл. [12]

Показатель	1991	2000	2010	2012
ВВП	1219,0	2133,0	5007,4	5607,5
Товарный экспорт	143,5	364,2	889,2	1120,0

Товарный импорт	141,5	387,1	895,4	1134,1
Внешнеторговый оборот	285,0	751,3	1784,6	2254,1
Годовой приток ПИИ	11,6	97,8	187,4	217,0
Накопленный объем ПИИ	123,0	507,4	1963,6	2048,1
Годовой размер ПЗИ	4,1	49,9	119,9	99,7
Накопленный объем ПЗИ	61,9	205,3	893,4	1005,9
Валютные резервы	49,2	157,8	638,8	829,4
Государственный долг (% ВВП)	-	43,3	30,4	29,9

Примечание: данные по ВВП, ПИИ и ПЗИ относятся к 2011 г.

Уроки кризиса подтвердили, что нынешняя модель хозяйственного развития латиноамериканских стран несет в себе немалый потенциал поддержания сравнительно высоких темпов роста и способна обеспечить необходимый запас внутренней прочности и устойчивости.

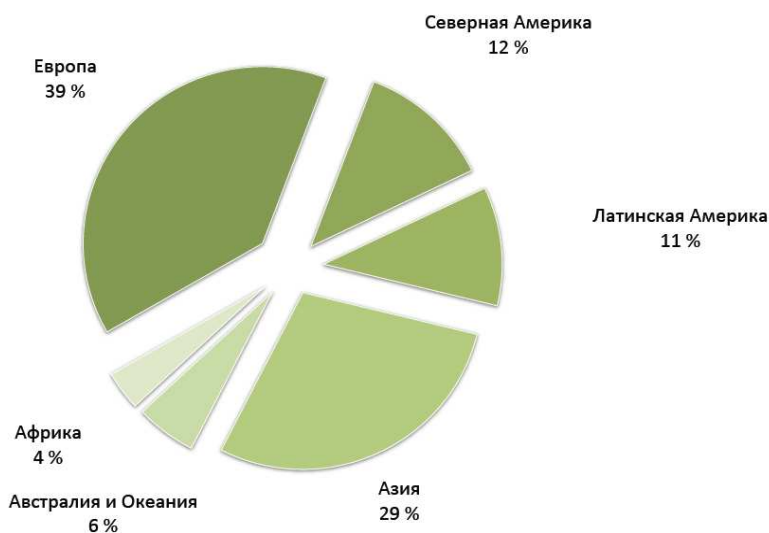
В странах Латинской Америки и Карибского бассейна за исключением здравоохранения с 2009 года наблюдается увеличение всех индексов. Это привело к росту общего благосостояния в регионе за последние пять лет. Парагвай, Тринидад и Тобаго, а также Боливия больше всего улучшили общее благополучие с 2009 г., а Уругвай занимает наивысшее место в рейтинге (28-е) из стран Латинской Америки и Карибского бассейна. Канада и США по-прежнему возглавляют регион (3 и 11-е места) в Индексе благополучия (табл. 3), демонстрируя большой отрыв в уровне благополучия Северной Америки и остальной части Америки.

Учитывая ключевое направление настоящей статьи – развитие международного франчайзинга, – необходимо отметить, что данный вид бизнес-операций по трансферу нематериальных активов [9] активно распространяется не только в развитых странах, о чем убедительно свидетельствуют отчеты ведущих ассоциаций по франчайзингу (британской, американской, российской и пр.), но и значительно усилил свои позиции в регионе Латинской Америки. Общей тенденцией глобального рынка франчайзинга является тот факт, что он демонстрирует положительные факторы роста благодаря растущему среднему классу в развивающихся странах Южной Америки, Восточной Европы и Азии (рис.1).

Таблица 3

Рейтинг благополучия в регионе Северной и Южной Америки (по итогам 2013 г.) [8]

Рейтинг	Страна		Регион	ВВП на душу населения	Экономика	Бизнес	Госуправление	Образование	Здоровье	Безопасность	Личные свободы	Социальный капитал	Удовлетворенность жизнью
3	Канада	Canada	AM	42533,4	4	16	8	3	11	7	1	6	7,4
11	США	United States	AM	49965,3	24	13	11	5	2	31	16	9	7,0
30	Уругвай	Uruguay	AM	16036,7	42	53	29	51	40	28	10	52	6,4
31	Коста-Рика	Costa Rica	AM	12945,9	40	44	32	53	48	46	11	44	7,3
35	Чили	Chile	AM	22352,1	30	38	24	59	49	37	27	67	6,6
40	Панама	Panama	AM	16615,3	31	35	61	61	51	48	35	41	6,9
42	Тринидад и Тобаго	Trinidad and Tobago	AM	26646,7	64	34	46	76	58	42	29	78	6,5
45	Аргентина	Argentina	AM	12033,9	58	57	92	47	42	52	32	57	6,9
46	Бразилия	Brazil	AM	11908,9	32	49	59	77	62	82	26	69	6,9
56	Ямайка	Jamaica	AM		124	56	63	85	74	58	30	59	5,4
59	Мексика	Mexico	AM	16731,1	27	73	66	82	52	104	81	76	7,3
65	Белиз	Belize	AM	7529,49	66	74	72	94	64	71	58	55	
67	Колумбия	Colombia	AM	10582,5	47	63	60	80	80	130	51	53	6,4
68	Парагвай	Paraguay	AM	6137,57	34	94	109	99	88	73	33	45	5,8
70	Доминиканская Республика	Dominican Republic	AM	10203,6	76	76	90	90	89	97	36	60	4,8
73	Никарагуа	Nicaragua	AM	4071,98	56	107	95	88	85	74	43	82	5,4
74	Эквадор	Ecuador	AM	9796,03	54	78	101	69	82	105	45	115	6,0
75	Перу	Peru	AM	10931,9	48	77	79	81	84	91	70	113	5,8
78	Венесуэла	Venezuela	AM	13485,5	60	89	127	58	69	110	84	68	7,1
85	Сальвадор	El Salvador	AM	7106,34	69	90	73	95	83	83	85	100	5,9
86	Боливия	Bolivia	AM	5276,47	46	98	98	86	102	95	34	105	6,0
90	Гватемала	Guatemala	AM	5102,19	68	85	85	102	99	100	76	75	5,9
96	Гондурас	Honduras	AM	4243,17	90	99	107	93	77	79	89	103	4,6
134	Гаити	Haiti	AM	1227,99	142	138	140	114	136	118	138	64	4,4



По материалам РБК. Источник: Французская Федерация Франчайзинга (FFF), Итальянская Ассоциация Франчайзинга (AIDF), Немецкая Ассоциация Франчайзинга (DFS), Китайская Ассоциация франчайзинга (CCFA)

Рис.1. Доли регионов мира по количеству франчайзеров, 2010 – I полугодие 2011 гг. [3]

Франчайзеры заинтересованы в расширении своего присутствия на новых рынках, предлагая европейские, американские и японские товары и услуги, которые пользуются высоким спросом по всему миру. По данным *Franchise Direct*, в 2012 году в целом было зафиксировано увеличение доли франчайзинга на глобальном рынке, что прямо и косвенно способствует уменьшению посткризисной безработицы и росту ВВП [1].

В Латинской Америке Бразилия – ключевое государство. Она является крупнейшим рынком мира (сырьевые ресурсы, рынок сбыта) и наиболее перспективной экономикой в мире – уступает по привлекательности инвестиций лишь Китаю и Индии. Бразилия является очень привлекательной страной для ведения своего бизнеса: более 70 % населения проживает в черте города, 20 бразильских городов имеют население более миллиона человек, развитое законодательство в сфере франчайзинга и защиты частной собственности и инвестиций, большой спрос на франшизы в сфере услуг, образования, медицины, фаст-фуда и ресторанного бизнеса – все это способствует активному развитию франчайзинга в стране (рис. 2, табл. 4).



Легенда: Доля франчайзеров по регионам Бразилии от общей территории: Юго-восток – 70,7 %, Юг – 16,9 %, Северо-восток – 7,7 %, Средний Запад – 3,9 %, Север – 0,8 %

Рис. 2. Расположение штаб-квартир франчайзеров по штатам Бразилии (по состоянию на 2012 г.) [6]

Таблица 4

Соотношение франчайзеров по штатам Бразилии [6]

Штат Бразилии	% доля к общей территории	% доля с начала года
Сан Паулу (SP)	51,5%	51,5%

Штат Бразилии	% доля к общей территории	% доля с начала года
Рио де Жанейро (RJ)	12,2%	63,7%
Парана (PR)	7,8%	71,5%
Мато Гроссо (MG)	6,0%	77,5%
Санта Катарина (SC)	4,7%	82,2%
Рио Гранде де Сул (RS)	4,4%	86,6%
Пернамбуко (PE)	2,4%	89,0%
Федеральный район Бразилиа (DF)	1,9%	90,9%
Сеара (CE)	1,8%	92,7%
Байя (Б.А.)	1,6%	94,3%
Гроссо де Сул (GO)	1,3%	95,6%
Прочие	4,3%	100,0%

Так, в 2004 году на государственном уровне была принята программа развития франчайзинга, которая позволила местным предпринимателям выйти на международный рынок. Исполнительный директор Бразильской Ассоциации Франчайзинга (БАФ) Риккардо Камарго считает, что положительная динамика в указанных отраслях объясняется повышением уровня доходов в большинстве слоев населения и увеличением экономической активности женщин, что провоцирует рост предложения услуг в сферах общественного питания, бытовых услуг населению. Бразильские бренды (их около 90) сегодня продаются в 58 странах, и эта тенденция только увеличивается.

Безусловно, развитие сектора франчайзинга в бразильской экономике явилось результатом благоприятного стечения обстоятельств и своевременного создания БАФ, которая сыграла определяющую роль в становлении франчайзинговой сети в стране. Ассоциация оказывает посильную консалтинговую помощь начинающим предпринимателям, помогает им развиваться. Постоянное взаимодействие с предпринимателями по всему миру помогает ассоциации и входящим в нее фирмам находить деловых партнеров.

Законодательство в области франчайзинга начало своё становление в 1994 году, когда был принят «Бразильский закон о франчайзинге», определяющий основные понятия франчайзинга. Так же все компании, занятые во франчайзинге, обязаны регистрироваться в «Циркуляре франчайзинговых предложений» [4].

Закон о франчайзинге Бразилии гласит, что франчайзеры или их мастер-франчайзи должны предоставить всем потенциальным франчайзи документ – *Circular de Oferta de*

Franquia (циркуляр франчайзинговой оферты). Этот документ должен содержать информацию о финансовом состоянии франчайзера, а также о любых незавершенных судебных исках.

Зарубежным франчайзерам в Бразилии следует серьезно позаботиться о защите своей интеллектуальной собственности. Для этого необходимо зарегистрировать свой бренд в Бразильском институте интеллектуальной собственности (INPI) [5]. Невыполнение этого требования может привести к судебным тяжбам с лицами, которые преднамеренно или непреднамеренно зарегистрировали торговую марку раньше фактического владельца или создателя бренда.

Франчайзинг в Бразилии находится в постоянном развитии. На рис. 3 видно, что на протяжении многих лет темпы роста в франчайзинговом секторе намного превышают темпы роста экономики в целом. Например, в 2010 году франчайзинговый рынок вырос более чем на 20 % при среднем уровне по стране 7,5 %. Даже в кризисный 2009 год франчайзинговые предприятия демонстрировали рост почти в 18 %, тогда как экономика страны показала отрицательную динамику (-0,6 %). Эти данные свидетельствуют о том, каким высоким потенциалом роста обладает франчайзинговый сектор страны.

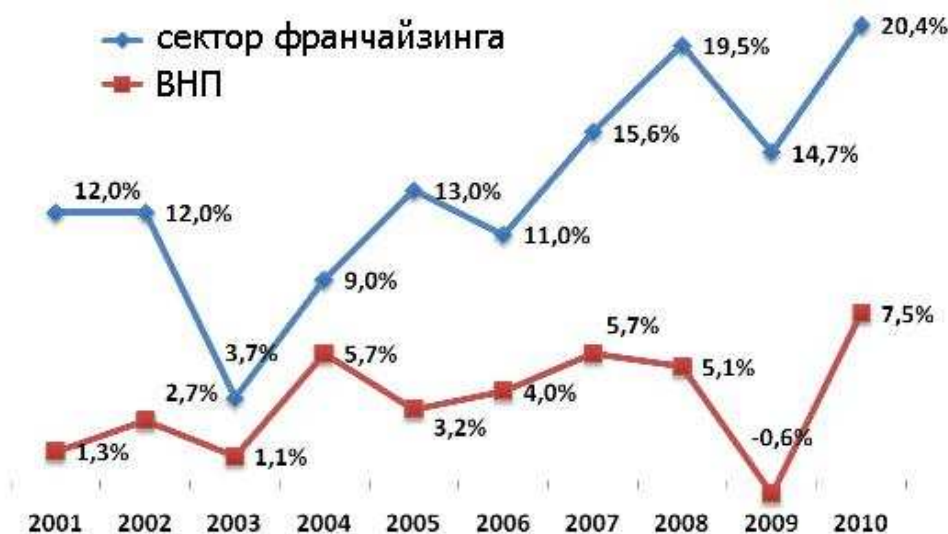


Рис. 3. Темпы роста в секторе франчайзинга и ВВП Бразилии [2]

Успех Бразилии на рынке франчайзинга доказывает тот факт, что она входит в 4-ку крупнейших рынков франчайзинга, по данным за 2012 год, приведенным Всемирным Советом по франчайзингу [7] БАФ, в стране насчитывается более 2000 брендов (табл.5). На рынке франчайзинга занято порядка 20000 человек. Наибольшую популярность франчайзинг имеет в сфере общественного питания, производства одежды и обуви, образовании, в услугах салонов красоты и спорта, туризме, производстве мебели, охране, производстве автомо-

билей. Более 50 % предприятий заняты в сфере производства обуви и аксессуаров (рис.4, рис.5, рис.6).

Таблица 5

Динамика развития франчайзинга в Бразилии по секторам экономики [6]

Сегмент	Прибыль (млрд долл.)			Количество брендов			Количество магазинов (франчайзеры и фран- чайзи)		
	2011	2012	Рост,%	2011	2012	Рост,%	2011	2012	Рост,%
Обувь и аксес- суары	5477	6286	14,8%	138	166	20,3%	4717	5260	12,0%
Общественное питание	17499	20576	17,6%	481	573	19,1%	13866	16029	16,0%
Образование и тренинги	5902	6509	10,3%	234	270	15,4%	12845	13376	4,0%
Спорт, красо- та, здоровье и досуг	14715	17866	21,4%	371	435	17,3%	16983	19767	16,0%
Фото и типо- графия	1580	1605	1,6%	22	23	4,5%	1925	1953	1,0%
Туризм и от- дых	2774	5487	97,8%	27	36	33,3%	864	1848	114,0%
IT и электро- ника	1198	1588	32,5%	83	102	22,9%	1834	2548	39,0%
Услуги по уборке и ре- монту	0730	1055	44,5%	58	75	29,3%	2105	2742	30,0%
Мебель, декор и подарки	4743	5523	16,4%	100	125	25,0%	4285	4680	9,0%
Бизнес, услуги и ритейл	24,087	24,718	2,6%	200	249	24,5%	23519	24457	4,0%
Транспорт	3076	3699	20,2%	82	99	20,7%	4501	5224	16,0%
Одежда	7066	8375	18,5%	235	273	16,2%	5654	6659	18,0%
Всего	88,854	103,291	16,2%	2031	2426	19,4%	93098	104543	12,3%

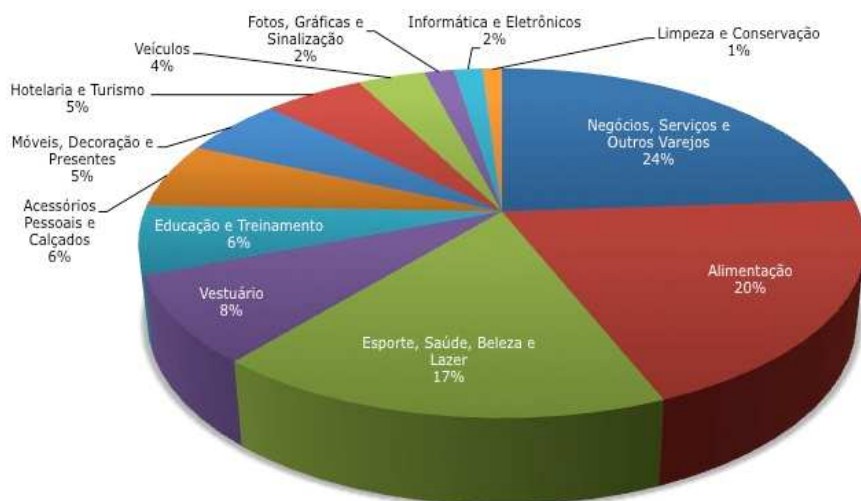


Рис.4. Распределение доходов в сфере франчайзинга по секторам (по состоянию на 2012 г.) [6]

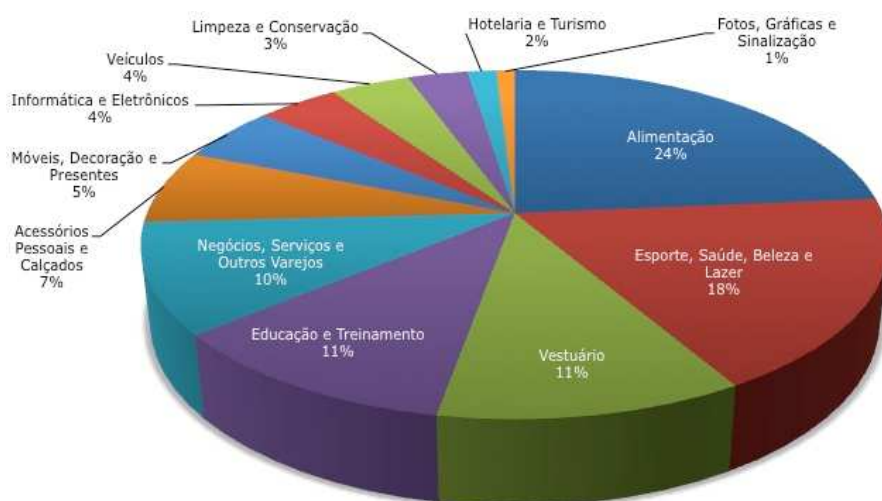


Рис. 5. Доля франчайзинговых сетей по секторам (по состоянию на 2012 г.) [6]

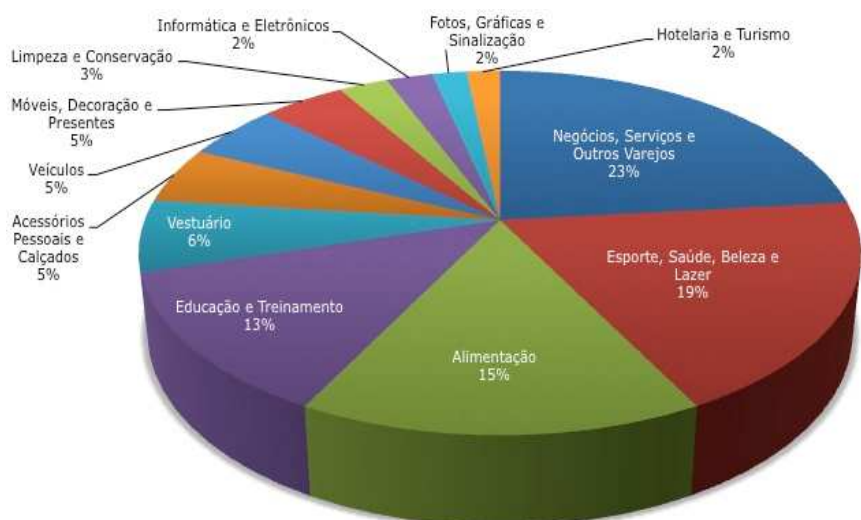


Рис.6. Доля франчайзинговых точек по секторам (по состоянию на 2012 г.) [6]

Для большинства россиян бразильские бренды малоизвестны, поэтому кратко упомянем самые важные из них.

Одежда и мода: рост в этом секторе происходит в основном за счет консолидации брендов, которые недавно освоили франчайзинг как основной метод выхода на рынок. Среди них можно отметить *Tip Top*, *Mar Rio*, а также *O Poderoso Timão*, который является сетью магазинов по продаже официально лицензированной продукции футбольных команд – сборной Бразилии по футболу и второй по популярности команды *Corinthians*. Среди более традиционных франчайзинговых брендов заслуживают внимания *Caverna do Dino*, *Hering Store*, *Hope*, *PUC*, *Puket*, *Scala*.

Обувь и аксессуары: данный сегмент показывал стабильный рост доходности, в основном за счет традиционных брендов *Arezzo*, *Lupa Lupa*, *World Tennis*, *Havaianas* и *Baloné*.

Информатика и электроника: этот сектор показывал очень высокие темпы роста доходности за счет таких новых брендов, как *Oi Franquias* и *Amigo Computador*. Стоит подчеркнуть, что потребительский компьютерный рынок Бразилии входит в тройку крупнейших рынков мира, что стало следствием непрерывной модернизации различных отраслей промышленности, снижения цен на персональные компьютеры, популяризации цифровых камер, снижения налогов на ряд товаров, а также распространения сотовой связи. Кроме того, правительственная программа действий против пиратов сократила «серый» рынок компьютеров, программного обеспечения и других устройств.

Но Бразилия – средоточие ресурсов, и здесь необходимы специалисты по разведке и добыче ископаемых. Кроме того, многие бизнесмены начинают своё дело в производстве и продаже мяса, которого здесь предостаточно. Кроме того, в Бразилии очень легко приобрести землю и, например, начать свой бизнес по посадке и последующей продаже эвкалиптовых лесов.

По данным Международного совета по франчайзингу (WFC) Бразилия занимает 4-е место в мире по количеству франчайзинговых брендов, уступая лишь Южной Корее, США и Китаю. «Мы верим, что благодаря многопрофильному портфолио бразильские бренды имеют большие перспективы и могут представлять интерес для самых разных российских предпринимателей», – отмечает исполнительный директор Бразильской Ассоциации Франчайзинга Рикардо Камарго [6]. Ниже приведены рейтинги 25 крупнейших франчайзинговых сетей Бразилии по объему продаж и по количеству единиц (табл. 6). Данные наглядно демонстрируют доминирование местных брендов на бразильском рынке. Как видно из таблицы, только два из топ-10 брендов являются зарубежными (*MCDONALD'S* и *SUBWAY*).

Рейтинг бразильских сетей по объему продаж (2012) [6]

Ме-сто	Франчайзинговый бренд	Сегмент экономики	Число фран-чайзинговых точек
1	BOTICÁRIO	Косметика и парфюмерия	3626
2	MATTRESSES Ortobom	Домашняя мебель и предметы декора	1801
3	MCDONALD'S	Общественное питание	1646
4	KUMON	Образование и обучение	1565
5	COCOA SHOW	Кондитерская	1549
6	SUBWAY	Общественное питание	1408
7	AM PM MINI MARKET	Бизнес-услуги	1377
8	BOB'S	Общественное питание	1267
9	WIZARD LANGUAGE	Языковые школы	1264
10	L'ACQUA DI FIORI	Косметика и парфюмерия	1166
11	SCHOOLS FISK	Языковые школы	1002
12	HOKEN	Природная косметика	896
13	JET OIL	Автомобильные услуги	887
14	BR MANIA	Бизнес-услуг	801
15	ССАА	Языковые школы	698
16	PROFESSIONAL PREPARATION COURSES	Образование и обучение	633
17	OPTICAL DINIZ	Оптика	613
18	OPTICAL CAROL	Оптика	597
19	CNA	Языковые школы	589
20	CHILLI BEANS	Обувь и аксессуары	566
21	SEGURALTA - INSURANCE EXCHANGE	Бизнес-услуги	565
22	Hering	Одежда	557
23	RESOLVE DOCTOR	Бизнес-услуги	550
24	DAY%	Бизнес-услуги	538
25	LOCATION RENT A CAR	Автомобильные услуги	513

Как мы уже отмечали, бразильские франчайзинговые сети доминируют на своем рынке, составляя в 2012 г. почти 95 % (рис. 7). При этом тенденция последних лет состоит в посто-

янным уменьшении доли иностранцев и расширении бразильских брендов. Это особенно важно учитывать зарубежным предпринимателям, рассматривающим перспективы выхода на бразильский рынок. Чтобы воспользоваться преимуществами растущего рынка в Бразилии, зарубежным франчайзерам необходимо не только локализовать свою продукцию/услуги, но также вкладывать средства в маркетинговые исследования, а также использовать различные пилотные проекты для проверки чувствительности рынка.



Рис. 7. Распределение бразильского рынка между местными и зарубежными сетями [2]

Бразильские франчайзеры не только активно развиваются на своем внутреннем рынке, но и сами с успехом выходят на международный уровень. На сегодняшний день 79 бразильских брендов являются международными, что составляет почти 5 % от общего числа брендов страны. Бразильские сети присутствуют в 49 странах мира на всех континентах. Наибольших успехов бразильцы добились в странах, наиболее близких к ней по социокультурным аспектам. Прежде всего, это Португалия, где доля бразильских франчайзинговых брендов достигает почти 40 %. Велика доля бразильских брендов и в США, где она достигает 25 %. Эти достижения на рынках развитых стран говорят о том, что бразильские франчайзинговые сети ни в чем не уступают своим конкурентам из США и Западной Европы.

Таким образом, в заключение настоящей статьи можно сделать следующие выводы. Увеличение численности населения и экономического веса в мировой экономике стран Латинской Америки – объективно неизбежный процесс, и франчайзинговые сети США, Канады, Европы и Австралии уже сейчас внесли данный регион в планы развития как перспективный внешний рынок и важный объект для расширения франчайзинговых сетей. Для успешного освоения данного региона необходимо всегда серьезно подходить к адаптации сети к местным условиям (чередование в экономике резких спадов и подъёмов, политическая

нестабильность, особенности менталитета и климата). Наиболее подходящие страны для экспансии американских франчайзинговых сетей – Мексика, Бразилия, Пуэрто-Рико. Европейским и азиатским франчайзерам следует действовать максимально осторожно и быть готовыми к серьёзной конкуренции как со стороны франчайзеров США (действующих в странах Латинской Америки), так и со стороны преуспевающих локальных франчайзинговых брендов. Франчайзинговый сектор бразильской экономики является одним из крупнейших и наиболее развитых в мире. Темпы роста этого сектора стабильно превышают средний показатель по экономике, благодаря чему франчайзинговый сектор превратился в одно из ведущих направлений роста. Сильные позиции местных брендов создают непростые условия для вхождения на рынок зарубежных игроков, однако сегодняшний объем рынка и перспективы роста бразильской экономики и внутреннего потребления ставят Бразилию на одно из первых мест в списке приоритетов для каждого бизнеса, заинтересованного в международной экспансии на развивающихся рынках.

Секрет успеха на латиноамериканском рынке – адаптация сетей под местные условия, долговременные инвестиции и постоянная образовательная и информационная поддержка местных франчайзи.

Список литературы

1. Бердина М.Ю., Торосян Е.К. Направления развития международного франчайзинга в регионе Латинской Америки // Современные проблемы науки и образования. – 2014. – № 1; URL: <http://www.science-education.ru/115-12078>
2. Каффка А.В. Франчайзинг и Бразилия // <http://www.buybrand.ru/market-reviews/4471/24.10.11>
3. Михайличенко Ю. Франчайзинг: эффективный механизм развития предпринимательской деятельности. – М. РАФ, 2012.
4. Новости франчайзинга: франчайзинг в Бразилии // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bizbroker.ru/newslit/?id=1258> (19.06.2002).
5. Официальный сайт Бразильского института интеллектуальной собственности – www.inpi.gov.br
6. Официальный сайт Бразильской Ассоциации Франчайзинга – <http://www.portaldofranchising.com.br/numeros-do-franchising/segmentacao-por-estado-2012>
7. Официальный сайт Всемирного Совета по франчайзингу – www.worldfranchisecouncil.org

8. Рейтинг благополучия 2013. Северная и Южная Америка [Электронный ресурс]. – Режим доступа:// <http://j-times.ru/> 18.11.2013.
9. Свиткова М.Ю. Дистрибуция брендов по сетям международного франчайзинга и лицензинга в системе трансфера нематериальных активов // Управление каналами дистрибуции. – 2009. – № 1.
10. Яковлев П.П. «Транслатинас»: новые игроки глобальной экономики // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.perspektivy.info> (19.03.2013).
11. Яковлев П.П. Геополитические сдвиги в Латинской Америке // [Электронный ресурс].
— Режим доступа:
http://www.perspektivy.info/oykumena/amerika/geopoliticheskije_sdvigi_v_latinskoj_amerike_2013-05-03.htm
12. CEPAL. Balance Preliminar de las Economías de América Latina y el Caribe. 2012. UNCTAD. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: – <http://unctadstat.unctad.org/>
13. IMF. World Economic Outlook: Hopes, Realities, Risks. April 2013.

Рецензенты:

Васюхин О.В., д.э.н., профессор, зав. кафедрой прикладной экономики и маркетинга ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики», г.Санкт-Петербург.

Власова В.М., д.э.н., профессор, зав. кафедрой экономики и финансов ФГАОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения», г. Санкт-Петербург.