

4. Volkova, P. S., «Lebedinoe ozero» P.I. Chaykovskogo v kontekste sovremennogo iskusstva: interpretatsiya i reinterpretatsiya ("Swan Lake" by Petr Tchaikovsky in the Context of Contemporary Art: the Interpretation and Reinterpretation), Problemy muzykal'noy nauki. Rossiyskiy nauchnyy spetsializirovannyi zhurnal, 2012, no. 2(9).

5. Volkova, P. S., Nevskaya, P.V., Matthew Born: «Lebedinoe ozero» & «Dorian Gray» (Matthew Born: "Swan Lake" & "Dorian Grey"), Aktual'nye voprosy sotsiogumanitarnogo znaniya, vol. 9, Krasnodar, 2013, pp. 262-270.

6. Gorbunova, I. M., Metafizika pola: k voprosu o polovom puerilizme (Metaphysics of Sex: the Issue of Sexual Puerilizme), Aspectus. Mezhdunarodnyy nauchnyy zhurnal, 2013, no. 1, pp. 18-32.

7. Guchmazova, L., Dorian Grey kak ikona glamura (Dorian Gray as an Icon of Glamor) // Vash dosug, July 21, 2009. http://www.smotr.ru/8chekhov/8ch_dorian.htm. Accessed May 25, 2014.

8. Izdatel'stvo «Sovetskaya Kuban» ("Sovetskaya Kuban" Publishing). <http://www.sovkuban.ru/about/history/>. Accessed May 25, 2014.

9. Lukashev, I., Bilet v odnu storonu ili «pokolenie "Bitlz"» (One-Way Ticket or "Generation of the Beatles"). <http://www.lulu.com/spotlight/FrancTireurUSA>. Accessed May 25, 2014.

10. Naborshchikova, S., Zhizn' i smert' Dorian-geya (Life and Death of Dorian the Gay), Izvestiya, July 30, 2009. <http://izvestia.ru/news/351338>. Accessed May 25, 2014.

11. The Center for Documentation of Contemporary History of Krasnodar Region (TsDNIKK), Fund 1774-A, Inventory 13, File 162.

12. Shpak, A. A., Metody analiza muzykal'no-stsenicheskikh proizvedeniy na primere «Lebedinogo ozera» P. I. Chaykovskogo v postanovke rezhissera M. Borna (Methods of Analysis of Musical and Theatrical Works on the Example of "Swan Lake" by Petr Tchaikovsky directed by M. Born), Krasnodar, 2009.

Е. П. Гетман*

БРИТАНСКИЕ ТОРГОВЫЕ СЕТЕВЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ НА ЮГЕ РОССИИ В НАЧАЛЕ XXI В.

В статье приводится обзор и анализ развития британских сетевых предприятий торговли, работающих на Юге России, рассмотрены основные тенденции их развития и влияния на современный российский ритейл.

Ключевые слова: Великобритания, Юг России, торговли сеть, формат торговли, франшиза, ритейл.

* ГЕТМАН Елена Павловна, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга и торгового дела Кубанского государственного университета, г. Краснодар, Россия. Электронная почта: [egetman@mail.ru](mailto: egetman@mail.ru).

Современная экономика, и Юг России не является исключением, в основном базируется на деятельности торговых сетей, которые являются основными игроками практически на большинстве рынков российских регионов, поэтому очень важно изучать ритейлеров своего региона и ориентироваться в их политике.

Опираясь на мнение экспертов можно утверждать, что приход любой торговой сети приносит новый опыт совершения покупок и в соответствии с рыночными законами заставляет других игроков рынка снижать цены. Так российский рынок розничной торговли считается шестым по размерам в Европе и его ежегодный темп роста составляет 15-20%, тогда как европейские рынки растут только на 3–4% в год. А в обороте розничной торговли Кубани в 2013г. доля торговых сетей достигла 17,8% [6].

По данным статистики, в структуре оборота российской розничной торговли доля продовольственных форматов торговли составляет 46,4 %, непродовольственных – 53,6 %.

К продовольственным форматам торговли относят: дискаунтеры (мягкий и жесткий), мини-маркеты, специализированные магазины и т.д. Непродовольственные форматы — это универмаги, торговые центры, бутики, киоски, а также эконом-магазины, получившие в последнее время наибольшую популярность среди российских покупателей. К магазинам эконом-формата в основном относят комиссионные магазины, секонд-хенды, а также стоки и дискаунтеры [3].

Два основных типа открытия торговых сетей можно выделить в России на данном этапе экономического развития.

- иностранные торговые сети, открытые в России напрямую материнскими компаниями, когда торговая сеть планирует общероссийскую экспансию.

- иностранные торговые сети, открытые в России на правах франчайзинга. Торговая сеть так же, как правило, планирует общероссийскую экспансию. Также сами британские бренды ищут выход в Рунет, через Яндекс, и в этом современной форме торговли границы между странами и регионами практически стираются, формируя действительно глобальный рынок. Яндекс регистрировал в 2013 г., что 36% россиян покупают в зарубежных интернет-магазинах, а 21% этих покупок приходится на британские торговые предприятия [1].

Не претендуя на всю полноту данных, кратко охарактеризуем британские торговые сетевые организации, работающие на Юге России.

Так, одна из крупнейших британских розничных сетей Marks & Spencer (M&S) вышла на российский рынок в конце XX столетия. Marks & Spencer является одной из крупнейших розничных сетей в Великобритании, где ей принадлежит 375 универмагов сети, которая торгует относительно недорогими одеждой и товарами для дома, и на еще основе франчайзинга работают 155 магазинов в 28 странах мира. Однако доля Marks & Spencer на российском рынке одежды в розничных ценах составляет лишь 0, 3% от общего объема российских продаж. Marks & Spencer, основанная более 100 лет назад, может считаться символом британского ритейла и стиля жизни. Майкл Маркс создавал торговую компанию в 1884 г., а в 1894 г. к нему присоединился Том Спенсер. Крупнейшим акционером компании является Brandes Investment Partners (11,7% акций).

Как и в других российских городах, в г. Краснодаре, г. Ростове-на-Дону магазины M&S располагаются в крупных торговых центрах, например, в «Меге», где компания заключила договор аренды площадей со шведской компанией IKEA. В планах англичан, по словам пресс-менеджера M&S Сью Сэдлер, когда они выходили на российский рынок, было построить самую крупную сеть универмагов в России. За долгие годы бренд стал ассоциироваться с высоким качеством, разумными ценами, отличным обслуживанием, инновациями и доверием. Приоритетом бизнеса M&S являются покупатели, и вся работа строится на этом принципе. В настоящее время в Краснодаре работает три филиала Marks & Spencer (M&S), где продаются исключительно товары под собственной торговой маркой (own label) (CTM) [5].

Другой британской компанией вышедшей на рынок Юга России и также продающей только товары CTM является British Home Stores (BHS), которая конкурирует с сетями M&S и несколько лет назад пыталась купить M&S, но получила отказ акционеров. British Home Stores (BHS) относится ко второму типу торговых сетей, так как работает по франшизе [7].

Знаменитый британский модный дом Burberry известен с середины девятнадцатого столетия. Компания основана в 1856 г. Томасом Бёрберри. В первые десятилетия своего существования компания специализировалась на производстве верхней одежды и была поставщиком британской армии. В России Burberry представлен пятью монобрендовыми бутиками – три в г. Москве, один в г. Санкт-Петербурге и один на Юге России в г. Ростове-на-Дону. Фирменным отличием Burberry, часто применяемым в продукции компании, стала «клетка», в которой

применяются красный, чёрный, белый и песочный цвета (известна с 1924 г. под названием Nova). Отчасти благодаря этому «клетка» «Бёрберри» стала одним из символов Британии [8].

Castorama входит в состав британской группы Kingfisher – первой в Европе и третьей в мире сети гипермаркетов формата DIY (Do it yourself) и на региональном рынке Юга России работает 2 магазина. Как часть ведущей в Европе и Азии и третьей в мире сети гипермаркетов формата DIY Kingfisher, Castorama верит в то, что необходимое условие для успешного ведения бизнеса – ответственность перед обществом и природой, что и записано в ее миссии. Группа компаний Kingfisher ставит перед собой целей устойчивого развития [9].

Castorama – это гипермаркет площадью 11 500 квадратных метров с низкими ценами на более чем 35 000 наименований товаров для дома и ремонта ведущих российских и зарубежных производителей. Передовой менеджмент, фундаментальный опыт работы группы Kingfisher позволяют оптимально решать долгосрочные стратегические задачи компании. Цель Castorama – стать номером один на российском DIY рынке.

Однако в целом рынок товаров DIY в самой Великобритании уменьшился за 2013г. на 0,5 %, в то же время ежегодные затраты компании возросли на 3 %. В итоге общая прибыль сети за 2013 г. снизилась на 16,8 %. Чтобы справиться с падением прибыльности, руководство компании решило переориентироваться с мужской аудитории, на которую традиционно были рассчитаны магазины категории «сделай сам», на женскую часть населения. Для этого в ассортимент были введены товары для ванн и кухонь, а главное — была изменена концепция компании.

Лозунг Do it yourself заменили на Get Someone In (GSI) – «пригласи мастера». Теперь женщины, приходя в магазины товаров для дома, видят, что им самим в принципе делать ничего и не надо — к их услугам дизайнеры и различные специалисты, которые сами все сделают. На экране компьютера или на образцах готовых решений можно увидеть, как реально будет выглядеть помещение после ремонта. Также, прямо в магазине можно пройти мастер-класс: например, сотрудники компании наглядно показывают, как надо правильно красить стену или клеить обои.

Что касается продовольственных и дрогери сетей (нем., drogerie) – сетевое торговое предприятие, ориентированное на продажу ассортимента товаров первой необходимости, в основном непродовольственных – парфюмерии, косметики, бытовой

химии, средств гигиены, лекарственных препаратов), то британская розничная сеть TESCO, лидер мирового розничной индустрии, второй по величине после Wal-Mart (американской компании), основа деятельности которого детальный анализ покупателя, его сегодняшних и будущих потребностей, ведя операции на 12 зарубежных рынках, являющийся синонимом понятий "лояльность покупателей" и «инновации в ритейле» пока не спешит выйти на российский рынок. Британская компания The Boots Company PLC (входит в число ста крупнейших фирм Западной Европы, ее выручка в России за 2014 г., составила 774 млн. фунтов стерлингов (1,3млрд. долл.), специализирующаяся на производстве фармацевтической продукции, детского питания и производимых ее филиалом – фирмой Farley ряда медикаментов, шампуней, дезодорантов и мыла, намерена активно осваивать новый для нее российский рынок и, в частности, создать широкую дистрибуторско-дилерскую сеть в России.

Второй в России супермаркет игрушек Hamley's, который становится якорным арендатором второй очереди ТРЦ «Галерея Краснодар» по франшизе открывает компания Ideas4retail. Ожидается, что гипермаркет игрушек Hamley's площадью 1200 кв. м., станет новым и нестандартным форматом для г. Краснодара, тем более, что он впервые выходит на региональный рынок. Строительство Hamley's стоит в среднем дороже, чем такой же площади обычный супермаркет детских товаров со стандартными стеллажами с товаром. Так, инвестиции в один кв.м. для магазина такого формата составляют 500-800 евро, но это красивый и нестандартный магазин. Этот английский бренд является официальным поставщиком игрушек королевского двора, его ассортимент от оригинальных игрушек и конструкторов до канцелярской продукции и наборов для творчества. Управляющий ТЦ «Сити-центр» А. Егоров высказывается, что «хотя этот бренд никому неизвестен, но формат интересен тем, что там не только продают игрушки, но устраивают праздники, работают аниматоры. В то же время в г. Краснодаре достаточно людей, готовых платить высокую цену за качество» [11].

В рамках выставки REX-2014 (г. Москва) были представлены 10 наиболее ожидаемых зарубежных брендов, заявленных к выходу на российский рынок в 2014–2015 гг., два из которых из Великобритании. К ним относятся: Британский House of Fraser, который в настоящее время находится в поиске помещения, соответствующего стандартам сети для размещения крупного универмага и Британская марка одежды Blue Inc., которая

уже в 2013г. искала партнера для развития на российском рынке. Неизвестно только одно, свою экспансию на российский рынок они начнут, как всегда, с Москвы и Санкт-Петербурга или пойдут в регионы, в том числе на Юг России?

По словам директор по сдаче в аренду торговых центров компании «Knight Frank» Соколовой Ю.: «за 2013 г. на российский рынок вышло рекордное количество международных брендов – 44. В последнее время, в связи со сложившейся политической ситуацией, многие зарубежные бренды, планировавшие открытие своих филиалов в России, отказались от этих планов или заняли выжидательную позицию. В результате, в течение последних 3,5 месяцев их активность значительно замедлилась. Если первоначально в 2014 г. на российском рынке ожидалось появление более 20 иностранных брендов, то в условиях изменившейся ситуации их количество, вероятно, сократится» [10].

Интересен опыт работы на Юге России (г. Краснодар) организации из другой сферы деятельности – ООО «Британия-Кавказ», которая с 2002 г. является официальным представителем крупнейших британских издательств учебной литературы, таких как Cambridge University Press, Макмиллан и др.. Организация имеет к реализации более 50 000 наименований учебников и книг, сотрудничает с ведущими учебными заведениями, предоставляет максимальные сезонные скидки, для клиентов разработана система дисконтных карт. ООО «Британия-Кавказ» проводит бесплатные семинары с носителями языка, преподавателями вузов Британии и России [4].

И еще одним примером экономического оживления рынка Юга России можно считать приход в 2011г. такой британской компании как ITE Group. Так, сто процентов акций компании «КраснодарЭКСПО» считающегося крупнейшим региональным выставочным центром России, были приобретены группой представителей британской компании ITE Group plc. Компания ITE Group, основанная в 1991 г., базируется в Лондоне, владеет рядом крупных выставочных компаний и занимается проведением конференций и отраслевых выставок в 11 странах мира. Ежегодно ITE Group проводит не менее 200 мероприятий, рыночная капитализация компании составляет почти 600 млн. фунтов стерлингов [2].

Приход такого игрока, по мнению властей г. Краснодара, будет способствовать развитию международных связей: выставки, проводимые в Краснодаре, будут расширяться за счёт иностранных участников, что, в свою очередь, окажет положительное влияние на развитие экономики города и усилит пози-

ции Краснодар как деловой столицы юга России», а главное станет положительным сигналом к приходу и других международных, глобальных торговых сетей, в том числе и британских.

По словам представителей иностранного бизнеса, главные причины и проблемы, останавливающие выход иностранных ритейлеров в Россию это низкая платежеспособность населения и трудности с поиском места для магазинов, высокая стоимость вхождения на рынок и недостаток квалифицированных управленческих кадров.

Возможно, к проблемам Юга России добавляется еще близость «проблемных» территорий. Однако можно ожидать, что Олимпиада - 2014 «поднимет» ритейл на юге России, возможно, привлечет новых зарубежных игроков, в том числе из Великобритании.

Использованная литература:

1. Британские бренды ищут выход в Рунет. Через Яндекс [Электронный ресурс] // Сайт проекта «oborot.ru». URL: <http://oborot.ru/news/13557/30/print> (дата обращения: 25.05.14).
2. Британцы обосновались в выставочном павильоне [Электронный ресурс] // Эксперт Юг. 2011. №11-12 (150). URL: <http://expert.ru/south/2011/12> (дата обращения: 25.05.14).
3. Евтюгина А. А. Международный опыт развития торговых сетей // Оценка влияния глобальных торговых сетевых структур на экономику УрФО и прогноз их дальнейшего развития. Екатеринбург, 2010. С. 23–25.
4. Книжный магазин [Электронный ресурс] // Международный экзаменационный центр «Британия-Кавказ». URL: <http://www.examen-center.ru/books> (дата обращения: 25.05.14)
5. Магазины [Электронный ресурс] // Сайт товаров Marks & Spencer Russia. URL: <http://www.marks-and-spencer.ru/> (дата обращения: 25.05.14)
6. Новости рынка розничной торговли [Электронный ресурс]. URL: <http://russian-consumer.ru/> (дата обращения: 25.05.14)
7. Официальный сайт Сети торгово-развлекательных центров «Красная площадь» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.red-square.ru/> (дата обращения: 25.05.14).
8. Построение бренда в сфере моды: от Armani до Zara = Fashion Brands. Branding Style from Armani to Zara. М.: Альпина Паблишер, 2014.
9. Социальная ответственность [Электронный ресурс] // Официальный сайт ООО «Касторама РУС». URL: http://www.castorama.ru/corporate/social_responsibility/ (дата обращения: 25.05.14).
10. Топ-10 самых ожидаемых зарубежных брендов, которые появятся в России в 2014–2015 гг. [Электронный ресурс] // Официальный

сайт Международной консалтинговой компании Knight Frank. URL: <http://www.knightfrank.ru/about/news/issue2773/> (дата обращения: 25.05.14).

11. Hamley's в Краснодаре [Электронный ресурс] // Ведомости. 2013. 11 июня. URL: <http://www.vedomosti.ru/newspaper/article/563401/hamleys-v-krasnodare> (дата обращения: 25.05.14).

BRITISH TRADE NETWORK ORGANIZATIONS IN THE SOUTH OF RUSSIA IN THE EARLY 21-TH CENTURY

GETMAN Yelena P. – Cand. Sci. (Economics and Management of National Economy), Assoc. Prof., Department of Marketing and Trade Business, Kuban State University, Krasnodar, Russia.

E-mail: [egetman@mail.ru](mailto: egetman@mail.ru)

The paper presents an overview and analysis of the development of the British network of trading enterprises operating in the south of Russia. The basic trends of their development and influence on modern Russian retail are reflected in the paper.

Keywords: Great Britain, South of Russia, trade network, retail format, franchise, network of retailers

References:

1. Britanskie brendy ishchut vykhod v Runet. Cherez Yandeks (British Brands are Looking for a Way in RuNet. Through Yandex), in Sayt proekta «oborot.ru». <http://oborot.ru/news/13557/30/print>. Accessed May 25, 2014.

2. Britantsy obosnovalis' v vystavochnom pavil'one (The British Settled in the Exhibition Hall), in Ekspert Yug, 2011, №11-12 (150). <http://expert.ru/south/2011/12>. Accessed May 25, 2014.

3. Evtyugina, A.A., Mezhdunarodnyy opyt razvitiya torgovykh setey (International Experience in the Development of Trade Networks), in Otsenka vliyaniya global'nykh torgovykh setevykh struktur na ekonomiku UrFO i prognoz ikh dal'neyshego razvitiya, Ekaterinburg, 2010, pp. 23-25.

4. Knizhnyy magazin (The Bookstore), in Mezhdunarodnyy ekzamenatsionnyy tsentr «Britaniya-Kavkaz». <http://www.exam-center.ru/books>. Accessed May 25, 2014

5. Magaziny (Stores), in Sayt tovarov Marks & Spencer Russia. <http://www.marks-and-spencer.ru/>. Accessed May 25, 2014

6. Novosti rynka roznichnoy trgovli (The News of the Retail Market). <http://russian-consumer.ru/>. Accessed May 25, 2014

7. Ofitsial'nyy sayt Seti torgovo-razvlekatel'nykh tsentrov «Krasnaya ploshchad'» (The Official Website of the Network of Shopping and Entertainment Centers “Red Square”). <http://www.red-square.ru/>. Accessed May 25, 2014.

8. Postroenie brenda v sfere mody: ot Armani do Zara = Fashion Brands. Branding Style from Armani to Zara (Building a Brand in the

Fashion: from Armani to Zara = Fashion Brands. Branding Style from Armani to Zara), Moscow: Al'pina Publisher, 2014.

9. Sotsial'naya otvetstvennost' (Social Responsibility), in Ofitsial'nyy sayt OOO «Kastorama RUS». http://www.castorama.ru/corporate/social_responcibility/. Accessed May 25, 2014.

10. Top-10 samykh ozhidaemykh zarubezhnykh brendov, kotorye poyavyatsya v Rossii v 2014-2015 godov (Top 10 Most Anticipated Foreign Brands Which Will Appear in Russia in 2014-2015), in Ofitsial'nyy sayt Mezhdunarodnoy konsaltingovoy kompanii Knight Frank. <http://www.knightfrank.ru/about/news/issue2773/>. Accessed May 25, 2014

11. Hamley's v Krasnodare (Hamley's in Krasnodar), Vedomosti, July 11, 2013. <http://www.vedomosti.ru/newspaper/article/563401/hamleys-v-krasnodare>. Accessed May 25, 2014.

Е. Г. Касавченко*

ШЕДЕВРЫ АНГЛИЙСКОЙ ЖИВОПИСИ, ГРАВЮРЫ И ФАРФОРА КОНЦА XVIII – ПЕРВОЙ ЧЕТВЕРТИ XIX ВВ. В ФОНДАХ КРАСНОДАРСКОГО ХУДОЖЕСТВЕННОГО МУЗЕЯ ИМЕНИ Ф. А. КОВАЛЕНКО

В статье представлен обзор коллекции английского искусства (живопись, гравюра, фарфор) Краснодарского художественного музея имени Ф. А. Коваленко. В фондах музея представлены работы Джоржа Доу, Джона Рафаэля Смита, Самуэля Рейнольдса, Джеймса Уокера, фарфоровых фабрик Дербби и Споуда и др.

Ключевые слова: художественный музей имени Ф. А. Коваленко, коллекция английского искусства, живопись, меццо-тинто, фарфор.

2014 год является перекрестным Годом культуры Великобритании и России. Русское общество с давних пор интересовалось Англией. Купцы и путешественники, дипломаты и деловые люди, писатели и ученые, художники и поэты высказывали огромное число самых разнообразных мнений и свидетельств об этой стране, её истории, народе, традициях, морали, искусстве и литературе. Культурные связи между Англией и Россией никогда не прерывались. Английский театр, английская литература и поэзия, английская философская и эстетическая мысль, архитектура и изобразительное искусство оказали огромное воздействие на русскую духовную культуру [3].

* КАСАВЧЕНКО Елена Григорьевна, старший научный сотрудник Краснодарского художественного музея имени Ф. А. Коваленко, г. Краснодар, Россия. Электронная почта: kasavelena@yandex.ru.