

УДК 339.187.44

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РОССИИ

Ахметзянова Л.А.

Магистрант

РЭУ им. Г.В. Плеханова

Москва, Россия

Аннотация

Франчайзинг, являясь одним из наиболее успешных способов развития малых и средних предприятий, обладает существенным потенциалом как формы ведения бизнеса, однако сегодня имеется ряд проблем, препятствующих более активному развитию франчайзинга в России. В данной статье рассмотрены основные тенденции развития франчайзинга в РФ, проанализированы проблемы, замедляющие распространение франчайзинга не только на внутреннем рынке, но и при выходе компании за рубеж с помощью франшизы. Автором даны рекомендации по устранению проблем в области регулирования франчайзинговой деятельности.

Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, проблемы российского франчайзинга, малый и средний бизнес, тенденции франчайзинга

TRENDS AND PROBLEMS OF FRANCHISING DEVELOPMENT IN RUSSIA

Akhmetzyanova L.A.

Master student

Plekhanov Russian University of economics

Moscow, Russia

Annotation

Franchising, being one of the most successful ways to develop small and medium-sized businesses, has significant potential as a form of business. However, today there are a number of problems that impede the more active development of franchising in Russia. This article examines the main trends in the development of franchising in the Russian Federation, analyzes the problems that slow down the spread of franchising not only in the domestic market, but also when a company goes abroad using a franchise. The author gives recommendations for eliminating problems in the field of regulation of franchising activities.

Key words: franchising, franchise, problems of Russian franchising, small and medium-sized businesses, franchising trends

Франчайзинг как одна из форм ведения бизнеса имеет ряд преимуществ. Так, для франчайзи данный вид бизнеса выгоден тем, что он позволяет использовать проверенную бизнес-модель, минимизировать издержки, снизить риски, получив доступ к базе данных франчайзера. Для франчайзеров выгода франчайзинга заключается в получении дополнительного дохода от продажи франшизы, снижения рисков при открытии новых точек и оптимизации бизнес-процессов. Кроме того, франчайзинг является инструментом для продвижения компании на внутреннем и зарубежных рынках, коммерциализации интеллектуальной собственности, увеличения стоимости компании.

Однако на сегодняшний день в России имеются определенные препятствия для более стремительного развития франчайзинга. Эксперты отмечают такие проблемы как высокая стоимость франшизы при низкой покупательской способности, нестабильность российской экономики, недостаточное внимание к интеллектуальной собственности и небольшой опыт ведения франчайзинговой деятельности. Кроме того, существенной проблемой является отсутствие более широкого нормативного регулирования. На данный

момент регулирования франчайзинга осуществляется 54-ой главой Гражданского Кодекса РФ. Франчайзинг является более сложной и распространенной формой бизнеса, и требует более детального нормативно-правового регулирования. Так, например, в странах Европы, Прибалтики (в частности, Франции, Литве, Белоруссии) и США законами урегулированы требования к франчайзеру по предоставлению достоверной информации о бизнесе и опыте ведения франчайзинга, что создает дополнительные гарантии и уверенность для франчайзи. Таким образом, зарубежные предприниматели более серьезно относятся к стандартам ведения бизнеса, тогда как в нашей стране франчайзеры позволяют партнерам по бизнесу работать более свободно. [2]

Также российским законодательством не урегулирован вопрос, когда на одной территории могут конкурировать несколько франчайзи. Эксперты также отмечают такие существенные проблемы в области регулирования франчайзинга как бюрократизма при государственной регистрации, проблемы регулирования международных франшиз, отсутствия системы по оценке риска при приобретении франшизы. [6]

Официальная статистика франчайзинговых организаций в России не ведется, а франчайзинг не выделяется в отдельный вид бизнеса, по нему не предусмотрена налоговая отчетность, отсутствует единая методика статистического учета франчайзинговых компаний.

В 2020 году издание Forbes опубликовало рейтинг лучших франчайзинговых компаний. [3]. Среди критериев рассматривались: дата запуска франшизы не позднее 2017 года, количество закрытых и открытых точек, а также ряд финансовых показателей каждой открытой точки.

В рейтинге компаний с объемом инвестиций от 5 до 25 млн. рублей в тройке лидеров оказались пиццерия Papa John`s, картографическая компания 2GIS, федеральная сеть автосервисов FitService.

Таблица 1 – Рейтинг франчайзинговых компаний с инвестициями от 5 до 25 млн. руб.

Место	Название компании	Инвестиции, млн.руб.	Количество фр.точек	Годовая выручка, млн. руб.	Годовая прибыль, млн.руб.
1	Papa John`s	6	109	36	6
2	2GIS	24,5	86	40	8,8
3	Fit Service	5	213	28,2	6,7
4	Burger club	5,4	246	37,8	4,8
5	Il Patio	20	73	67	10,1
6	Sun School	11,5	87	16,8	3,6
7	Cofix	5	179	26,4	2,9
8	Додо Пицца	11,5	580	42,2	4,2
9	Бэби-клуб	5,8	214	4,8	1,3
10	Be free	6,5	63	24	2,4

Источник: Составлено автором по данным материалов рейтинга франшиз Forbes за 2020 год

Общепит считается одним из крупнейших сегментов во франчайзинге. 50% компаний в первой десятке рейтинга представляют сегмент общественного питания. По оценкам Российской франчайзинговой ассоциации, на сферу общественного питания приходится около 30% всех франшиз.

Развитие образовательных и развивающих франшиз началось несколько лет назад и на сегодняшний день занимает 7% рынка. В первой десятке рейтинга 20% компаний представляют сегмент детского образования (сеть детских центров развития Бэби-клуб и сеть частных детских садов Sun School).

В рейтинге франшиз с вложениями от 1 до 5 млн. рублей (табл.2) первые три места заняли сеть школ развития интеллекта и скорочтения IQ007, сеть языковых центров Полиглотики, агентство недвижимости Этажи.

Таблица 2 – Рейтинг франчайзинговых компаний с инвестициями от 1 до 5 млн. руб.

Место	Название компании	Инвестиции, млн.руб.	Количество фр.точек	Годовая выручка, млн. руб.	Годовая прибыль, млн.руб.
1	IQ007	1,7	592	21,6	11,4
2	Полиглотики	1,3	128	16,9	7,9
3	Этажи	1,9	110	82,4	12,4

ЭЛЕКТРОННЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ «ВЕКТОР ЭКОНОМИКИ»

4	Лабораторная служба Хеликс	2	392	24,9	6,7
5	Mr.Doors	2,9	109	54	5,9
6	Суши-маркет	2	349	17	3
7	Пив&Ко	2,3	438	18,8	4,7
8	Mixit	2,5	119	12,6	3,6
9	Автомоё	3,9	140	23,6	6
10	Century21	1,7	65	29,5	4,8

Источник: Составлено автором по данным материалов рейтинга франшиз Forbes за 2020 год

В рейтинге с инвестициями на открытие одной точки до 1 млн. рублей (табл.3) занимает служба экспресс-доставки СДЭК, сеть футбольных школ Юниор, сеть безводных автомобильных моек Fast&Shine. В первой десятке компаний-лидеров с инвестициями до 1 млн.руб. 40% составляют компании – образовательные организации для детей: футбольные школы Юниор, Чемпионика, Футболика и хореографическая школа Русский балет. Сегмент общественного питания представляют сетевые кафе-мороженое: компания «33 пингвина», насчитывающая 1505 франшизных точек, а также компания Gelateria Plombir, у которой 225 точек.

Таблица 3 – Рейтинг франчайзинговых компаний с инвестициями до 1 млн. руб.

Источник: Составлено автором по данным материалов рейтинга франшиз Forbes за 2020 год

Место	Название компании	Инвестиции, млн.руб.	Количество фр.точек	Годовая выручка, млн. руб.	Годовая прибыль, млн.руб.
1	СДЭК	0,3	2100	8,6	3
2	Юниор	0,7	486	5,7	4,1
3	Fast&Shine	0,4	750	5,2	2,1
4	Русский балет	0,4	750	5,2	2,1
5	Gelateria plombir	0,7	225	3,5	2
6	Чемпионика	0,7	760	2,1	0,9
7	White&Smile	0,3	417	1,8	1
8	Мозгобойня	0,3	269	1,5	0,8
9	Футболика	0,3	132	1,8	0,8
10	33 пингвина	0,8	1505	4,7	0,8

Таким образом, на основании данного рейтинга можно сделать вывод о том, что сегмент общественного питания и детского образования является наиболее востребованным на сегодняшний день.

Рост рынка франшиз за 2019 год составил 16%, а его объем – 2,8 трлн. руб, а число занятых в этой сфере составляло около 1,4 млн. человек. Спрос на покупку франшиз вырос на 10% в 2019 году. А средний возраст компаний, запускающих франшизу, составляет 4-5 лет.

В России франчайзинг недооценен, так как им пользуется только 2% малых и средних компаний, тогда как в США седьмая часть всех организаций. Согласно оценкам экспертов, франчайзинговая деятельность приносит национальному ВВП 3,5%, тогда как в США она пополняет ВВП на 10%, доля продаж по франчайзингу составляет 42% от общего объема розницы. [1]

Несмотря на относительно слабое развитие франчайзинга в условиях нестабильности российской экономики, франчайзинг остается перспективной формой ведения бизнеса.

Перспективным является выход компании за рубеж с помощью франшизы. Около 48% российских франчайзеров имеют филиалы за рубежом, в основном странах СНГ — Белоруссии, Казахстане, Узбекистане и т.д. Кроме того, российские франшизы стали активно выходить на рынки Европы, Ближнего Востока и Азии. [4]

При выходе компании-франчайзера на международный рынок фирма преследует такие стратегические цели как оперативное расширение собственной сети, открытие новых рынков сбыта и укрепление бренда. При этом выводит компанию за рубеж с помощью франшизы рекомендуется в случае абсолютной уверенности в собственной финансовой модели и готовности выхода за рамки регионального развития. Причиной выхода за рубеж также служит востребованность франшизы в других странах.

Основными барьерами для входа на зарубежные рынки по франшизе являются:

1. Незнание зарубежного законодательства и практики ведения бизнеса требует обращения к консультантам;
2. Необходимость изучения зарубежного права предполагает привлечение юристов с узкой специализацией;
3. Необходимость соответствия продукции и услуг локальным нормам регулирования. требует обращения к консультантам, адаптации франшизы к налоговому режиму конкретной страны, покупательной способности, законодательству, менталитету.
4. Сложности с регистрацией отдельного юридического лица в другой стране, риск возникновения сложностей с регистрацией товарного знака;
5. Расхождения налоговых режимов стран;
6. Низкоэффективный контроль за работой франчайзи;
7. Языковые коммуникационные барьеры. [5]

Для развития франчайзинга на внутреннем и внешних рынках автором рекомендуется принять следующие меры:

1. Законодательно закрепить термин «франчайзинг», доработать Главу 54 «Коммерческая концессия» Гражданского Кодекса РФ с дальнейшим выделением законодательства в области франчайзинга как самостоятельного элемента в Гражданском кодексе;
2. Законодательно закрепить условия по предоставлению франчайзером финансовой информации и бизнес-плана на преддоговорной основе;
3. На федеральном уровне закрепить возможность предоставления налоговых льгот для франчайзи и прочие виды государственной поддержки. На сегодняшний день существуют меры государственной поддержки только на региональном уровне;

4. Осуществлять официальное ведение статистики по франчайзинговым предприятиям.

Таким образом, данные меры могли бы способствовать более эффективному ведению бизнеса на основе франчайзинга.

На основании проведенного исследования можно сделать вывод о том, что наиболее выгодными сферами для франчайзинга являются общественное питание и детские образовательные услуги. Статистические данные показывают невысокую степень распространенности франчайзинга как формы бизнеса относительно других стран, однако темпы роста рынка положительны. В России имеется ряд проблем, препятствующих более активному развитию франчайзинга как внутри страны, так и за рубежом, автором даны рекомендации по их устранению.

Несмотря на существующие проблемы в области франчайзинга, малый бизнес в России в настоящее время очень стремительно развивается. Рынок пополняется новыми форматами торговли и концепциями бизнеса, например, автомойками без воды из рейтинга Forbes. Дальнейшее развитие франчайзинга будет активным в сфере создания новых форматов и диверсификации предложений.

Библиографический список

1. Грисько Е.С. Тенденции и проблемы развития франчайзинга в России // Вестник Сибирского института бизнеса и информационных технологий. - №2 (26). – 2018. – С. 16-21
2. Клопова, А.А. Анализ состояния франчайзинга на российском рынке, его проблемы и перспективы развития // А. А. Клопова //Наука, техника и образование. – 2018. –№1 (42). – С. 35-37.

3. Рейтинг Forbes 30 самых выгодных франшиз – 2020. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.forbes.ru/rating/402745-30-samyh-vygodnyh-franshiz-2020-reyting-forbes> (дата обращения: 01.11.2020)
4. Франшизы на экспорт. // РосБизнесКонсалт // Выпуск №12, 15 окт. 2020 г. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://plus.rbc.ru/news/5e7962587a8aa9881da5b5fb> (дата обращения: 01.11.2020)
5. Чиркова Е.С., Дудник А.И. Сравнительная характеристика способов выхода на международный рынок в форме совместного предпринимательства и франчайзинга // Е. С. Чиркова, А. И. Дудник//Финансы и управление. – 2018. – №4. – С.39-49.
6. Чиркова Е.С. Основные тенденции и проблемы, связанные с ведением франчайзинговой деятельности в России // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2019. – Том №9. - С.207

Оригинальность 87%