

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РОССИИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕСТАБИЛЬНОСТИ

Ю.В. Нуретдинова, канд. экон. наук, доцент

Д.О. Куприянова, студент

А.А. Бурмистрова, студент

Ульяновский государственный университет
(Россия, г. Ульяновск)

Аннотация. В данной статье рассмотрены проблемы малого бизнеса при работе с франшизой в особенностях развития франчайзинга в России. Так же описывается текущая обстановка в области Российского франчайзинга, предложены меры законодательного регулирования данной сферы и возможные пути защиты репутации марки и обеспечения безопасности франчайзи от возникающих проблем в данной области.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзи, франчайзер, бизнес, предприниматель, Россия, франшиза.

Франчайзинг – это способ ведения бизнеса, при котором компания-производитель значительно снижает свои затраты на формирование и популяризацию торговой марки.

В России франчайзинг зародился в 90-х гг., из-за того, что появилась необходимость в новом способе ведения бизнеса. Изначально данный бизнес не имел ожидаемого успеха у отечественных предпринимателей. В последние годы количество приобретаемых франшиз значительно возросло, но данный

бизнес развивается не достаточно равномерно в условиях нестабильного экономического положения России.

Обращаясь к статистике, можно сделать вывод, что на начало 2018 года для данного вида бизнеса наиболее выгодными сферами стали: розничная торговля одеждой, сфера общественного питания, туристический и гостиничный бизнесы. Рассмотрим наиболее перспективные области развития данного бизнеса в России на начало 2018 года в процентном соотношении.

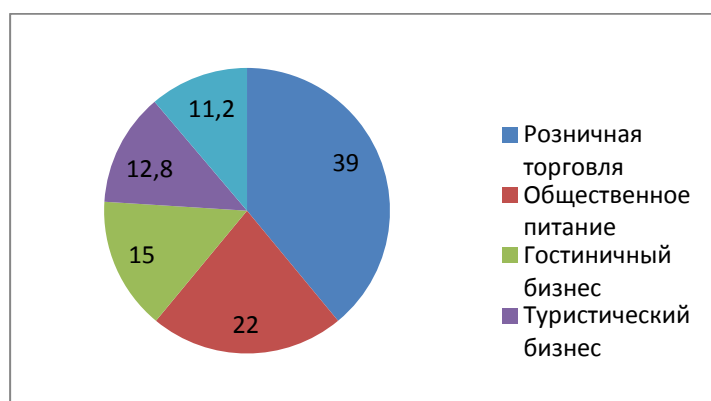


Рисунок 1. Структура рынка франчайзинга

По данным диаграммы видно, что наиболее преуспевающей областью является розничная торговля, ее доля на рынке франчайзинга составляет 39%. Следующей не менее популярной нишей является общественное питание, чья доля составила 22% на январь 2018

года. Третье и четвертое место занимают гостиничный и туристический бизнесы, их проценты составляют 15 и 12,8, соответственно. Оставшуюся долю на рынке занимают другие отрасли, менее популярные, такие как бытовое обслуживание, учебные центры и т.д. Ес-

ли рассматривать каждую отрасль в отдельности, то они составляют незначительную долю на рынке, поэтому подобные франшизы выгоднее открывать в более крупных и развитых российских городах, таких как Москва, Санкт-Петербург, Казань и т.д.

Как отмечалось ранее, в России на данный момент франчайзинг не достиг нужного уровня, в сравнении с зарубежными странами. Сегодня лишь немногие российские регионы используют франчайзинг достаточно широко. Как правило, это крупнейшие экономические центры России. Более мелкие города как: Нижний Новгород, Самара, Ульяновск, Екатеринбург и прочие, только начинают осваивать данный способ ведения бизнеса, число их компаний увеличивается с каждым годом. Это связано с тем, что в данных городах отмечается экономический рост, и они имеют большое количество свободных ниш, привлекательных для данной сферы бизнеса.

К январю 2018 года в России уже функционирует около девятисот франчайзинговых моделей. Около 35% из них составляют франшизы отечественного происхождения. По статистике из всех вновь образованных предприятий 78% прекращают свою деятельность в течение первых пяти лет (только за 2015 год число ИП в России сократилось на 74228), а из фирм, созданных в рамках франчайзинга – только 14% [1]. Из этого можно сделать вывод, что франчайзинговые модели вызывают большой интерес у потребителя, поэтому они лучше приживаются на рынке. Отмечается тенденция того, что люди стремятся не только приобретать франшизу, но и развивать свой бизнес по данной модели.

Рассмотрим преимущества франчайзинговой системы:

1. Минимальные затраты на рекламу и маркетинг;
2. Проверенный рынок потребителей и наличие ценной репутации;
3. Доступ к базе данных франчайзера. Гарантированное обучение ведения бизнеса.

4. Подготовленная к поставке продукция [4].

Главным является тот факт, что есть возможность убедиться в жизнеспособности бизнеса на рынке.

Франчайзинговая модель способна разрешить многие проблемы и задачи страны. Она способствует развитию малого и среднего бизнеса, но, к сожалению, государство не дает необходимых условий для развития данной сферы бизнеса. Еще одним препятствием для открытия данной модели являются достаточно крупные вложения, необходимые для паушального взноса, то есть платы за вступление в ряды франчайзи. На рынке возникают предложения, где начальный капитал составляет около 200-300 тыс. руб., но такие ситуации редкость. Чаще всего, чтобы дело оказалось прибыльным, для открытия предпринимателю необходимо иметь от 3 млн. руб. и более. Накопить достаточную сумму для такого паушального взноса оказывается очень сложной задачей. Таким образом, большое количество амбициозных и способных людей, желающих попробовать себя в новом направлении бизнеса просто отсекается из-за неспособности накопить достаточную сумму для открытия своего дела, а получение кредита на запуск франшизы имеет достаточно сложностей, несмотря на незначительную поддержку государства.

Основой заработка франчайзера является паушальный взнос и роялти, то есть процент от прибыли или оборота партнеров. Туристические, риэлтерские и иные услуги подразумевают первый тип вознаграждения – паушальный взнос. Так как данная система франчайзинга самая слабо зависимая от франчайзи, контролировать партнера становится сложной задачей, отсюда крупные паушальные взносы, чтобы покрыть риски [5].

Что касается роялти, то возникают ситуации, когда очень сложно определить реальный процент от фактической выручки, в связи с сокрытием неофициальных сумм. Данная проблема актуальна, например, для риэлтерских ус-

луг, где партнеры могут договориться и скрыть реальную сумму вознаграждения от сделки. Таким образом, размер роялти на российском рынке составляет примерно 5-9%. Эта система начисления роялти применяется в самых развивающихся направлениях: розничной торговле и общественном питании, занимающих больше половины рынка франшиз [2].

Так как российское законодательство не имеет понятия франчайзингового договора, система франчайзинговых отношений не имеет подкрепления правовой базой. Глава 54 Гражданского кодекса РФ не может применяться к понятию франчайзинга, к тому же отношения между сторонами прописаны в очень строгой форме, что мешает полноценному развитию данного бизнеса. Так же способ ведения российского бизнеса отличается своей скрытностью, что является существенным различием от франчайзинговой системы зарубежных стран, таких как Канада, Франция, США, Испания т.д. Законодательство представленных стран предоставляет субъектом франчайзинга полную информацию о своем бизнесе, и за нарушение данных положений о построении партнерских отношений между сторонами франчайзинга предусматривает жесткие санкции и уголовную ответственность.

Для того чтобы решить большинство проблем российского франчайзинга, в том числе связанных с замкнутостью российского бизнеса нужно внести изменения в проекты законов РФ в области франчайзинга, чтобы бизнес имел твердую правовую основу и возможности для своего дальнейшего развития. В противном случае, Россия будет вынуждена столкнуться с такой проблемой как наличие большого числа компаний-франчайзеров, которые осуществляют сбор роялти, но не предоставляют значительного количества услуг взамен, то есть стоящими на пороге своего развития. Решения остальных проблем можно добиться с развитием рынка, банков-

ских систем, повышением грамотности предпринимателей в сфере бизнеса.

В России необходимо уделить особое внимание различным программам поддержки франчайзинга и улучшению условий для предпринимательства. Для этих целей в 1997 году в России была создана некоммерческая организация - Российская ассоциация франчайзинга [3]. На данный момент РАФ активно осуществляет свою деятельность в Москве и других регионах. Благодаря внесенным изменениям РАФ в приказ Минэкономразвития о поддержке малого и среднего бизнеса, франчайзи могут получать ряд государственных субсидий.

Следует уделить большое внимание проблеме связанной с санкциями из-за внешнеэкономического напряжения между Россией и странами Евросоюза и США. Данная ситуация значительно отразилась на бизнес – сфере и франчайзинговой системе России, несмотря на то, что страна ищет новые пути и варианты замены санкционных продуктов и товаров. Но не стоит забывать о вариантах франчайзинговых моделей, которые поддерживают отечественного производителя, на чьих поставках санкции не отражаются, поэтому в условиях внешнеэкономического кризиса приобретать данные франшизы не менее выгодно.

В завершение, хотелось бы отметить, что в России франчайзинг развивается в положительной динамике, несмотря на все присутствующие проблемы и препятствия. Как уже было отмечено, государству следует внести изменения в законодательные акты, касающиеся предпринимательской и франчайзинговой деятельности, ориентируясь на мировые стандарты, для того, чтобы дать возможность сравнительно новой системе бизнеса получить достаточный толчок для роста на российском рынке. Таким образом, если франчайзинг будет развиваться в достаточном темпе, то он получит значительное укрепление на российском рынке.

Библиографический список

1. *Перспективы развития франчайзинга в России* [Электронный ресурс] // Журнал «Маркетинг в России и за рубежом», 2015.
2. *Структура рынка франчайзинга* [Электронный ресурс] // Торгово-промышленная палата РФ, 2016.
3. *Преимущества и недостатки применения франчайзинга для Российских предпринимателей* [Электронный ресурс] // Интернет-библиотека, 2015.
4. *Плюсы и минусы франчайзинга* [Электронный ресурс] // Стратегия роста.
5. *Коммерческая концессия* [Электронный ресурс] // Информационно-правовой портал Гарант, 2017.

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF FRANCHISING IN RUSSIA IN THE CONDITIONS OF ECONOMIC INSTABILITY

Yu.V. Nuretdinov, *candidate of economic sciences, associate professor*

D.O. Kupriyanova, *student*

A.A. Burmistrova, *student*

Ulyanovsk state university

(Russia, Ulyanovsk)

***Abstract.** This article discusses the problems of small business when working with a franchise in the development of franchising in Russia. The current situation in the field of Russian franchising is also described, the measures of legislative regulation of this sphere and possible ways of protecting the reputation of the brand and ensuring the safety of franchisees from emerging problems in this area are suggested.*

***Keywords:** franchising, franchisee, franchisor, business, entrepreneur, Russia, franchise.*