

## ТЕДЕНЦИИ ФРАНЧАЙЗИНГА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Н.А. Бударина, д-р экон. наук, профессор

А.Н. Кириллова, магистрант

Российская таможенная академия

(Россия, г. Люберцы)

DOI: 10.24411/2500-1000-2020-10993

**Аннотация.** В статье раскрыты основные тенденции франчайзинга, как одной из наиболее перспективной формы международного сотрудничества в России 2020 г. Актуальность исследования подтверждается активными изменениями, присущими веку научно-технического прогресса и, соответственно, большим количеством новых дополнительных возможностей для развития бизнеса. Поэтому и действующим, и будущим франчайзи необходимо следить за текущими тенденциями и благодаря этому принимать решение об открытии нового бизнеса или о его усовершенствовании. По итогам исследования сделан вывод о том, что франчайзинг в России развивается и в настоящий момент пользуется популярностью цифровой маркетинг и мультибрендовый франчайзинг, а также распространяются семейные рестораны и пекарни и франшизы в сфере фитнеса, правильного питания и самообразования.

**Ключевые слова:** франчайзинг, франшиза, франчайзи, тенденции франчайзинга, мультибрендовый франчайзинг.

Одним из наиболее успешных способов развития субъектов крупного и малого бизнеса, а также их эффективного сотрудничества является франчайзинг.

Актуальность реализации франчайзинговых проектов обусловлена:

– высокой долей банкротств впервые открывшихся компаний – по статистике из всех вновь образованных предприятий 85% прекращают свою деятельность в течение первых пяти лет, а из фирм, созданных в рамках франчайзинга – только 14%.

– необходимостью гармоничного развития малого и крупного бизнеса, способного укрепить экономическое положение в стране.

По темпам развития франчайзинга Россия входит в число мировых лидеров. Согласно направлениям развития Российской Ассоциации франчайзинга (РАФ), к 2025 году планируется увеличить количество точек, открытых по франшизе до 200 тыс., что повысит количество рабочих мест с существующих 500 тыс. до 2 млн. в точках, открытых по такой форме международного сотрудничества [1].

В настоящее время прослеживаются следующие особенности франчайзинга в современной России:

1. Популярность цифрового маркетинга. Традиционные инструменты ведения бизнеса теряют свою актуальность. Наблюдается сдвиг в сторону цифрового маркетинга и сотрудничества с лидерами мнений, использующих социальные сети для увеличения продаж.

Однако популярность цифрового маркетинга не для всех положительна: сфера розничной торговли сталкивается со значительными трудностями, особенно сфера моды, поскольку они конкурируют с такими интернет-магазинами, как Lamoda и Wildberries.

Исследование РБК показывает, что доля франчайзинга в розничной торговле модной одеждой упала с 26,7% в 2017 году до 22,9% в 2018 году. Между тем франчайзинговые предприятия общественного питания увеличивают свою долю рынка на 5-10% в год, поэтому сейчас составляют большинство торговых точек [2].

Некоторые сегменты розничной торговли все еще демонстрируют рост, например, магазины с фиксированной ценой, магазины с оборудованием для производства алкогольной продукции и магазины органических продуктов питания. Значительный рост показали и магазины для

электронных сигарет, однако ввиду того, что продукт является спорным, его польза или вред научно не доказаны, поэтому такой рост является неустойчивым.

2. Распространение семейных ресторанов и пекарен. Несмотря на удобство интеллектуальных цифровых систем, не все покупатели хотят полагаться на технологии. Все больше потребителей не любят разрыв между поставщиками и пользователями услуг, поэтому они стремятся к личному приобретению услуги непосредственно в месте ее оказания. По этой причине все более популярными становятся небольшие семейные рестораны, мини-пекарни, винные магазины и даже небольшие торговые центры – они не требуют больших вложений, поэтому являются привлекательными для потенциальных франчайзи. При этом пиццерии все еще не насыщают рынок, а небольшие кофейни уже достигли своего пика [3].

3. Развитие мультибрендового франчайзинга. Мультибрендовый франчайзинг – это открытие нескольких франшиз под разными торговыми марками. Такая стратегия позволяет франчайзи развиваться в различных сферах, увеличивать доход за счет увеличения источников, и позволяет снизить финансовые риски.

4. Влияние здорового образа жизни (ЗОЖ). Активная пропаганда ЗОЖ привела к увеличению франшиз в сфере фитнеса, правильного питания и самообразования. Жители России, в особенности, городов-миллионников всё меньше сосредоточены на пропитании и больше на самосовершенствовании, а повышенная клиентоориентированность в таких сетях позволяет удерживать клиентов и расширяться. В то же время увеличивается количество фермерских магазинов, магазинов здоровых, экологически чистых продуктов, япон-

ской, корейской кухни и экзотической косметики.

5. Наиболее свободными нишами для франчайзинга являются ломбарды, услуги микрофинансирования, доступная косметика и парфюмерия (как правило, европейского производства), недорогие парикмахерские, дисконтные магазины и магазины шаговой доступности. А также кейтеринг, нацеленный на более дешевые предложения, и упрощенные версии фаст-фуда, например, мобильные бары с минимальными ценами, фуд-фургоны, готовые блюда со знакомыми русскими блюдами и кейтеринг со скидками, семейные кафе или пекарни, винные бары. Несмотря на большое количество курсов, вебинаров, проводимых онлайн, эта ниша по-прежнему не занята и перспективна [3].

На данный момент самыми популярными франшизами в России являются те, которые требуют первоначальных вложений до двух миллионов рублей, поэтому и франшиза, требующая минимальных первоначальных вложений со стороны франчайзи, будет наиболее востребованной. Однако стоит отметить, что для франчайзера в конечном итоге прибыльность будет определяться талантом и усилиями франчайзи, чем его инвестициями.

Таким образом, франчайзинг в России развивается и в настоящий момент пользуется популярностью цифровой маркетинг и мультибрендовый франчайзинг. Распространяются семейные рестораны и пекарни, а также франшиз в сфере фитнеса, правильного питания и самообразования. Как опытным, так и будущим франчайзи необходимо следить за текущими тенденциями и новостями на рынке, что поможет принять решение об открытии нового бизнеса или о его усовершенствовании.

#### Библиографический список

1. Официальный сайт Российской академии франчайзинга. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.rusfranch.ru/> (дата обращения: 15.09.2020)
2. Рейтинг РБК: Топ-50 самых популярных франшиз 2019 года. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://franshiza.ru/article/read/rejting\\_rbk\\_top\\_50\\_samyh\\_populyarnyh\\_franshiz\\_2019\\_goda/](https://franshiza.ru/article/read/rejting_rbk_top_50_samyh_populyarnyh_franshiz_2019_goda/) (дата обращения: 17.09.2020)
3. Бизнес-портал Франшиза.ру. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://franshiza.ru/> (дата обращения: 15.09.2020)

**FRANCHISING TRENDS IN MODERN RUSSIA**

**N.A. Budarina**, *Doctor of Economic Sciences, Professor*

**A.N. Kirillova**, *Graduate Student*

**Russian Customs Academy**

**(Russia, Lyubertsy)**

***Abstract.** This article describes the tendencies of franchising as one of the most promising forms of international cooperation in Russia in 2020. The relevance of the study lies in the active changes inherent in the century of scientific and technological progress and a large number of new opportunities for business development. Therefore, both current and future franchisees need to follow current trends and make a decision to open a new business or improve it. As a result, franchising in Russia is developing and popular with digital marketing and multi-brand franchising, as well as family restaurants and bakeries and franchises in the field of fitness, nutrition and self-education are spreading.*

***Keywords:** franchising, franchise, franchisee, franchising trends, multi-brand franchising.*