УДК 334.02(470+571)

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ТЕХНОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ТЕНДЕНЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ В РОССИИ

Макринова Е.И., Матузенко Е.В., Глазунова О.А.

АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права», Белгород,
e-mail: kaf-gtskr@bukep.ru

В условиях нестабильной экономической ситуации в России многие предприниматели при организации и функционировании бизнеса стремятся снизить риск финансовых потерь. Исходя из этого, бизнесмены выбирают современную технологию организации коммерческой деятельности – франчайзинг, которая позволяет минимизировать риски в любой сфере экономики. Этому способствует широкая осведомленность общественности о возможностях, которые открывает любая франшиза. Целью исследования явился анализ современного состояния развития франчайзинга в России, выявление тенденций его функционирования и разработка направлений развития. Для достижения поставленной цели использовались общенаучные и специальные методы: анализ, диалектика, системность, синтез, комплексность, детализация и обобщение. В статье проанализировано количество франчайзеров за последние 3 года, проведена систематизация франчайзинговых предприятий в России в зависимости от объема инвестиций, показана их доля по сферам деятельности, приведены практические примеры территориального охвата франчайзинговыми предприятиями городов России (на примере сферы розничной торговли). Авторами статьи выделены и систематизированы проблемы, препятствующие развитию франчайзинга в России, показаны новые тренды франчайзинга, появившиеся в 2019 г., а также разработаны направления развития франчайзинга в России, позволяющие решить перечисленные проблемы.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзи, франчайзер, франшиза, франчайзинговые предприятия, тренды, перспективы развития

FRANCHISING AS AN ORGANIZATION'S TECHNOLOGY COMMERCIAL ACTIVITY: TRENDS AND DIRECTIONS OF DEVELOPMENT IN RUSSIA

Makrinova E.I., Matuzenko E.V., Glazunova O.A.

ANO VO «Belgorod University of Cooperation, Economics and Law», Belgorod, e-mail: kaf-gtskr@bukep.ru

In the unstable economic situation in Russia, many entrepreneurs are trying to reduce the risk of financial losses when organizing and operating a business. Based on this, businesses choose a modern technology for organizing commercial activities – franchising, which allows you to minimize risks in any area of the economy. This is facilitated by a wide public awareness of the opportunities offered by any franchise. The purpose of the study was to analyze the current state of franchising development in Russia, identify trends in its functioning and develop development directions. To achieve this goal, General scientific and special methods were used: analysis, dialectics, consistency, synthesis, complexity, detail and generalization. The article analyzes the number of franchisors over the past 3 years, systematizes franchising enterprises in Russia depending on the volume of investment, shows their share by area of activity, provides practical examples of the territorial coverage of franchising enterprises in Russian cities (for example, the retail sector). The authors of the article identify and systematize the problems that hinder the development of franchising in Russia, show new trends in franchising that appeared in 2019, and develop directions for the development of franchising in Russia that allow solving these problems.

Keywords: franchising, franchisee, franchisor, franchise, franchise enterprises, trends, development prospects

Первая волна развития франчайзинга в России произошла во время кризиса 2014 г., когда привычные способы успешного ведения бизнеса перестали работать. От данной бизнес-модели предприниматели получали ощущение стабильности. Но франчайзинг обладает рядом дополнительных преимуществ, что сделало возможным его рост и в посткризисное время.

Вторая волна роста произошла во время кризиса 2018 г. В низком ценовом сегменте резко возросло количество предложений, что повлекло снижение средней стоимости франшиз. Благодаря этому увеличилось количество региональных франчайзи.

Франчайзинг не только дает бизнесмену стабильность и снижает риски, но и позво-

ляет масштабировать бизнес и охватывать регионы. Для новичков франшиза – это возможность попробовать себя в предпринимательстве, не рискуя большими вложениями, работая по готовой бизнес-модели. Данные обстоятельства актуализируют необходимость исследования функционирования франчайзинга в России.

Несмотря на сложную экономическую ситуацию в стране, многие хозяйствующие субъекты пытаются увеличить свои доли на рынке за счет дополнительного охвата. В качестве инструмента расширения бизнес все чаще выбирает схему франчайзинга. Одним предприятиям франшиза дает дополнительную капитализацию, а другим – предоставляет возможность минимизировать риски.

Таблица 1

Распределение франчайзинговых предприятий в России в зависимости от объема инвестиций (составлено по [1])

Объем инвестиций	Сфера деятельности	Торговая марка
до 500 тыс. руб.	– сеть магазинов обуви	Tamaris
	– продажа строительного и промышленного оборудования	ALLPROM
	– предоставление бухгалтерских услуг	GlobalFinance
от 500 тыс. до 1 млн руб.	– медицинские услуги	Гемотест
	– организация детских развивающих центров	SmartyKids
	– кафе мороженого и десертов	33 пингвина
	– доставка здорового питания	DietLab
	– лаборатория по комплексной автоматизации выполнения биохимических и иммунохимических тестов	Лабораторная служба Хеликс
от 1 до 3 млн руб.	– услуги бизнес-коучинга для микро-, малого и среднего бизнеса	ActionCOACH
	– сеть автоматов по аренде зарядных устройств со встроенными проводами	Бери заряд!
	– производитель кабельно-проводниковой продукции	Камский кабель
	– магазин суши с собой	СУШИШОП
	– железнодорожные перевозки по территории России, Китая, Европы, Северной и Южной Америки	Квиктранс
	– сеть ресторанов доставки японской кухни	Суши Мастер
	– сеть мультибрендовых магазинов белья и колготок	СТИЛЬПАРК
	– производство резиновых покрытий	МАСТЕРФАЙБР
	– сеть салонов оптики	Оптимист Оптика
	– федеральная сеть кофеен в формате «все по фиксированной цене»	OnePriceCoffee
от 3 до 6 млн руб.	– сеть ресторанов	Subway
	– предоставляет услуги страхования и техосмотра автомобилей	ТехАвтоГрупп
	– сеть магазинов разливного пива	Пив&Ко
	– сеть магазинов электроинструментов и оборудования	220 Вольт
	– магазины детской одежды	Choupette
	– сеть розничных магазинов домашнего текстиля	ARYAhome
от 6 до 9 млн руб.	– салонный бизнес	Guinot
	– сеть ювелирных магазинов	АДАМАС
	– розничная сеть магазинов и интернет-магазин детских игрушек	TOY.RU
от 15 до 30 млн руб.	– сеть городских кафе формата freeflow	МУ-МУ

Целью исследования явился анализ современного состояния развития франчайзинга в России, выявление тенденций его функционирования и разработка направлений развития. Теоретической и методологической основой исследования явились статистические данные официальных сайтов [1–3], а также труды российских ученых в области франчайзинга, таких как Бердина М.Ю. [4], Лискина В.А. [5], Матузенко Е.В. [6], Сенаторов И.И. [7], Снитко Л.Т. [8] и др.

Материалы и методы исследования

В настоящее время, по данным газеты «Коммерсантъ», в России насчитывается 2250 франчайзеров и функционирует более 70 тыс. франчайзинговых предприятий. Рынок франчайзинга в России за последний год вырос на 19 процентов, при этом при-

мерно 20 процентов рынка занимают франшизы с небольшим объемом инвестиций (до миллиона рублей) [2].

Систематизация информации о популярных франшизах в России позволила авторам осуществить их группировку в зависимости от вложенных инвестиций и представить данные в табл. 1.

Для организации франчайзингового бизнеса в общественном питании предпринимателям необходимы инвестиции в размере от 1 до 30 млн руб. Например, для организации сети ресторанов доставки японской кухни «Суши Мастер» необходимы инвестиции в размере от 1 до 3 млн руб., а для функционирования сети городских кафе формата freeflow «МУ-МУ» – от 15 до 30 млн руб. Небольшой размер инвестиций понадобится предпринимателю для оказания бухгалтерских услуг –

500 тыс. руб., как, например, для создания предприятия «GlobalFinance». Для создания франчайзинговых предприятий в сфере розничной торговли необходимы инвестиции в размере от 1 до 3 млн руб., например для создания магазинов «СУШИШОП», или от 6 до 9 млн руб. для функционирования розничной сети магазинов и интернет-магазинов детских игрушек «TOY.RU».

Проведенное исследование показало, что в общей численности франчайзинговых предприятий в России преобладают следующие сферы деятельности: сфера услуг (35%), розничная торговля (33%) и общественное питание (21%). Наименьшая доля франчайзинговых предприятий России наблюдается в таких сферах деятельности, как

«Детский франчайзинг» и «Спорт, здоровье, красота» (по 3 % соответственно) (рис. 1).

При проведении более глубокого анализа развития франчайзинга в России по отраслям прослеживается тенденция увеличения количества предприятий в сети и их широкое распространение по городам. Так, например, в сфере розничной торговли наибольшее количество предприятий имеют следующие сети: «Пятерочка» – 9000 предприятий, «Fix Price» – 2295 предприятий и «Акконд» – 317 предприятий. Следствием данного обстоятельства можно считать охват городов данными брендами: магазины «Пятерочка» имеются в 2307 городах России, магазины «Fix Price» – в 723 городах, а магазины «Акконд» – в 65 городах (рис. 2).

Рис. 1. Распределение франчайзинговых предприятий России по сферам деятельности в 2019 г., % (составлено по [2])

Рис. 2. Количество франчайзинговых предприятий в наиболее крупных сетях розничной торговли и их распространение в России в 2019 г. (составлено по [3])

Но, несмотря на отмеченный рост количества франчайзинговых предприятий и их распространение по городам России, в данной сфере имеются существенные проблемы. Изучение многочисленной информации о развитии франчайзинга в России позволило авторам статьи выделить основные проблемы, препятствующие его развитию, и систематизировать по отношению к бизнес-среде функционирования исследуемых предприятий: внутренние и внешние факторы (рис. 3).

К внешним факторам, препятствующим развитию франчайзинга в России, авторами отнесены: снижение доходов населения, отсутствие четкой законодательной базы о франчайзинге и недостаточная государственная поддержка франчайзинговых предприятий.

Внутренние факторы включают следующие направления: нехватку профессиональных специалистов в сфере франчайзинга, отсутствие прозрачности ведения бизнеса и статистической информации по франчайзинговой сети.

В настоящее время снижение доходов населения заставляет франчайзинговые предприятия изменить ценовую и ассортиментную политику с учетом потребностей потребителей.

Еще одной проблемой в сфере франчайзинга является отсутствие четкой законодательной базы. В основном вся деятельность франчайзера и франчайзи регламентируется Гражданским кодексом (ст. 54). Проект Федерального закона N 503845-6 «О франчайзинге» внесен в Государственную думу РФ 21.04.2014 г. и до настоящего времени не утвержден. Такие условия не позволяют

на должном уровне регулировать отношения между участниками франчайзингового рынка.

Предприниматели, работающие по технологии франчайзинга, не имеют никакой государственной поддержки в форме льгот по налогообложению, субсидий от федеральных органов власти и т.п.

Основной проблемой является нехватка профессиональных специалистов в сфере франчайзинга, а именно консультантов. Многие франчайзи абсолютно не знают, как правильно выбрать франшизу и уберечь собственные инвестиции от недобросовестных франчайзеров.

Негативно на развитие франчайзинга влияет отсутствие прозрачности ведения бизнеса, т.е. закрытость франчайзеров, которые не всегда открыто работают с партнерами, скрывая те или иные условия сотрудничества и ведения бизнеса в целом.

Для достоверного анализа функционирующих в России франчайзинговых предприятий отсутствует официальная статистика, что существенно затрудняет исследования в данной сфере деятельности.

Несмотря на отмеченные проблемы в деятельности франчайзинговых предприятий в России, ежегодно увеличивается не только их количество, но и появляются новые франшизы (табл. 2).

Данные табл. 2 позволяют сделать вывод о том, что в 2019 г. новые франшизы появились в таких сферах деятельности, как общественное питание, розничная торговля, услуги населению. То есть отмеченная авторами тенденция функционирования франчайзинговых предприятий за 2017–2019 годы сохраняется и в настоящее время.

Рис. 3. Проблемы развития франчайзинга в России (составлено авторами)

Таблица 2

Перечень франшиз, появившихся в России в 2019 г.

Название франшизы	Сфера деятельности
BookingDog	гостиницы для домашних питомцев
Black Star Gaming	киберспортивные клубы
Inhype beauty zone	салоны красоты
Инжинириум МГТУ им. Баумана	образовательные центры для дошкольников и школьников
Этномир	этнографический парк-музей
Согласие	страховая компания
DC Daily	кулинарные киоски
Медси	сеть многопрофильных клиник
SberCloud	центры обработки данных
Той.ру	торговля игрушками
Мякушка	пекарня-кафе
Соболев сыр	розничные магазины сырной продукции
Жизньмарта	розничный магазин
Тяп-Ляп	пиццерии
Шаурмишка	кафе
Катана Суши	сеть суши-ресторанов
Праймбург, #FARШ	сеть бургерных
Русский аппетит	сеть киосков фастфуда
Едим как дома	кафе-магазин
Марчеллис	сеть ресторанов итальянской кухни

Рис. 4. Направления развития франчайзинга в России (составлено авторами)

Исходя из вышеизложенного, авторы статьи предлагают направления развития франчайзинга в России, отраженные на рис. 4.

Заключение

В настоящее время эффективное функционирование хозяйствующих субъектов на рынке во многом зависит не только от внешних и внутренних факторов, влияющих на бизнес, но и от применения современных маркетинговых инструментов для продвижения данных компаний. Именно поэтому авторами статьи предлагаются направления развития франчайзинга в России, объединенные по двум признакам: продвижению франчайзингового бизнеса и созданию благоприятных условий для его функционирования.

Предложенные направления развития франчайзинга в России создадут условия для оптимального регулирования взаимоотношений между франчайзером и франчайзи, позволят участникам рынка прогнозировать окупаемость точки продаж, улучшить бизнес-процессы, а применение маркетинговых инструментов продвижения бизне-

са будет способствовать его эффективному функционированию.

Список литературы

1. Каталог франшиз 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://buybrand.ru> (дата обращения: 08.04.2020).
2. Эволюция франчайзинга. Чего ждать от этого рынка? // Коммерсантъ. 2019. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3945258> (дата обращения: 08.04.2020).
3. Рейтинг франшиз. Лучшие франшизы России по версии БИБОСС [Электронный ресурс]. URL: <https://www.beboss.ru/rating> (дата обращения: 08.04.2020).
4. Бердина М.Ю., Бердин А.Э. Региональный франчайзинг: современный тренд бизнеса // Научные исследования и разработки. Экономика. 2020. Т. 8. № 1. С. 22–30.
5. Лискина В.А. Франчайзинг как инновационная предпосылка к повышению эффективности деятельности малого бизнеса в сфере услуг // Научный электронный журнал Меридиан. 2020. № 3 (37). С. 177–179.
6. Матузенко Е.В., Глазунова О.А. Франчайзинг: проблемы функционирования и направления создания бизнеса // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. 2018. № 5 (72). С. 224–233.
7. Сенаторов И.И. Франчайзинг как инструмент развития российской экономики // Научный электронный журнал Меридиан. 2020. № 9 (43). С. 529–531.
8. Емельянова Т.В., Снитко Л.Т. Критерии выбора и оценки качества франшизы в общественном питании // Потребительская кооперация. 2019. № 3 (66). С. 47–54.