

## АНАЛИЗ СОВРЕМЕННОГО СОСТОЯНИЯ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Д. А. Будю**

Университет ИТМО, г. Санкт-Петербург

**Научный руководитель – к.э.н., доцент Б. А. Варламов**

Университет ИТМО, г. Санкт-Петербург

В настоящее время изучение франчайзинга является одним из актуальных вопросов российской экономики. Благодаря работе по схеме франчайзинга начинающий предприниматель может избежать сопутствующих рисков и без лишних опасений заняться бизнесом, так как он получает готовый бизнес, маркетинговую программу, обученный персонал, помощь от франчайзера. Франчайзинг – это хороший способ ведения бизнеса, так как он многогранен и захватывает многие сферы деятельности.

Цель данной работы заключается в изучении развития франчайзинга в экономике Российской Федерации.

Термин «франчайзинг» происходит от французского слова «franchise», что в переводе означает «льгота, привилегия, право участия». Франчайзинговая классическая форма организации бизнеса включает в себя применение трех основных терминов. Франчайзер – это компания, которая выдает лицензию или передает в право пользования свой товарный знак, ноу-хау и операционные системы. Франчайзи – это человек или компания, которая покупает возможность обучения и помощь при создании бизнеса у франчайзера и выплачивает сервисную плату (роялти) за использование товарного знака, ноу-хау и системы ведения работ франчайзера. Франшиза – это франчайзинговый пакет, который франчайзер продает франчайзи. Этот пакет обычно включает пособия по ведению работ и другие важные материалы, принадлежащие франчайзеру.

В России франчайзинг зародился в 90-х годах в связи с необходимостью нового ведения бизнеса. Изначально данный бизнес не имел ожидаемого успеха у отечественных предпринимателей. В последние годы количество приобретаемых франшиз выросло, но данный бизнес развивается не достаточно равномерно в условиях нестабильного экономического положения России. Главными центрами являются Москва и Санкт-Петербург, и только потом идет продвижение в другие регионы страны. Большая часть франшизных предприятий расположена в Москве, а именно 57%.

В последнее время возникло большое число предприятий, которые работают под марками известных отечественных и зарубежных компаний. Количество организаций, заявивших о своем развитии в формате франчайзинга, возросло. В 2009 году насчитывалось около 750 организаций, а в 2017 году их количество возросло до 1200, что само по себе характеризует востребованность этого формата в России. Только в 2016 году, по сравнению с 2015 годом, количество франшиз увеличилось более чем на 40%.

На сегодняшний день, в России насчитывается порядка 1450 брендов франшиз и около 50 тыс. франчайзи. Если сравнивать данную статистику с США, то там числится более 3800 брендов.

Проанализировав данные за 2018 год, можно сделать вывод о том, что на начало года для данного вида бизнеса наиболее выгодными сферами стали: розничная торговля одеждой, сфера общественного питания, туристический и гостиничный бизнес. Рассмотрим наиболее

перспективные области развития данного бизнеса в России на начало 2018 года в процентном соотношении: розничная торговля 39%, общественное питание 22%, гостиничный бизнес 15%, туристический бизнес 12,8% и 11,2% другая деятельность, а именно учебные центры, бытовое обслуживание и т. д.

По статистике, из всех вновь образованных предприятий, 78% прекращают свою деятельность в течение первых 5 лет.

Минимальная сумма, которая потребуется для открытия бизнеса с использованием франшизы в России может составлять 200-300 тыс. руб., но это редкость. Чаще всего, чтобы дело оказалось прибыльным, для открытия предпринимателю понадобится от 3 млн. руб. и выше.

Бизнес с использованием франчайзинга составляет 1% от российского ВВП. К примеру, в США этот показатель достигает до 10%.

Существует немало факторов, которые сдерживают стремительное развитие франчайзинга в России. Первая и главная трудность франчайзинга в России – это юридическая. В нашем гражданском кодексе отсутствует понятие «франчайзинг», а значит, нет и франчайзингового договора. Отсутствие отечественного опыта и боязнь провала у субъектов франчайзинговой системы замедляют темпы роста франчайзинговых организаций. Также, в РФ следует уделить особое внимание различным программам поддержки франчайзинга и улучшению условий для предпринимательства. Для этих целей, в 1997 году была создана некоммерческая организация – Российская ассоциация франчайзинга. На данный момент РАФ активно реализовывает свою деятельность в Москве и других регионах. Еще одной причиной сдержанного роста рынка франшизы является нехватка специализированных посредников между франчайзерами и начинающими бизнесменами-франчайзи. Предприниматель, получивший франшизу, остается с ней один на один, не имея возможности проконсультироваться по возникшим вопросам.

Подводя итог анализа франчайзинговой деятельности в Российской Федерации, можно сделать вывод о том, что для развития данного бизнеса имеются достаточно широкие возможности, для реализации которых необходимо создать определенные условия. Требуется законодательная инициатива по разработке закона о франчайзинге и внесение соответствующих изменений в связанные с ним законы и нормативные акты. Необходимо включение в правительственную программу поддержки малого предпринимательства системы развития франчайзинга. Также важно создание системы налоговых льгот для франчайзинга. Вдобавок, необходимо организовать сети учебно-консультационных центров по франчайзингу не только в крупных городах, но и на всей территории страны.

**Автор** \_\_\_\_\_

/Будо Д. А./

**Научный руководитель** \_\_\_\_\_

/Варламов Б. А./

**Руководитель ООП** \_\_\_\_\_

/Павлова Е. А./