

УДК 334.012.42

**ФРАНЧАЙЗИНГ КАК СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА ИНТЕГРАЦИИ  
КРУПНОГО И МАЛОГО БИЗНЕСА В РОССИИ**

**Раевский Л.А.**

*кандидат технических наук, доцент,*

*Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,*

*Россия, Пенза*

**Киреева Е.В.**

*студентка направления «Менеджмент»,*

*Пензенский государственный университет архитектуры и строительства,*

*Россия, Пенза*

**Аннотация**

В данной статье рассматривается понятие франчайзинга как современной формы функционирования бизнеса. Представлены основные преимущества и недостатки данной системы. Анализируется динамика количества франчайзеров в России, приводятся примеры популярных франшиз в России и Пензенской области. Рассматриваются основные проблемы франчайзинга в РФ и некоторые пути их преодоления.

**Ключевые слова:** франчайзинг, франчайзер, франчайзи, бизнес в России, розничная торговля, современная форма бизнеса.

**FRANCHISING AS A MODERN FORM OF INTEGRATION OF LARGE AND  
SMALL BUSINESS IN RUSSIA**

**Rayevsky L.A.**

*candidate of technical Sciences, associate Professor*

*Penza state University of architecture and construction,*

*Russia, Penza*

***Kireeva E. V.***

*student of the direction «Management»,*

*Penza state University of architecture and construction,*

*Russia, Penza*

### **Annotation**

This article discusses the concept of franchising as a modern form of business functioning. The main advantages and disadvantages of this system are presented. The article analyzes the dynamics of the number of franchisors in Russia, provides examples of popular franchises in Russia and the Penza region. The main problems of franchising in Russia and some ways to overcome them are considered.

**Key words:** franchising, franchisor, franchisee, business in Russia, retail trade, modern form of business.

Появление и дальнейшее развитие франчайзинга в России начиналось с франшиз зарубежных компаний, и было связано с необходимостью внедрения в экономику РФ новых методов ведения бизнеса. Очевидно, что развитие франчайзинга на территории России сейчас нельзя назвать равномерным, так как эффективность применения франчайзинговой модели находится в зависимости от экономической ситуации и уровня развития бизнеса на рынке определенного региона. Следовательно, на данный момент франчайзинг получил наиболее широкое распространение в крупнейших городах страны, в большинстве своем - в Центральном федеральном округе.

В настоящее время существует множество определений франчайзинга, предложенных отечественными и зарубежными авторами. Термин «*франчайзинг*» происходит от французского слова «franchise», что означает «льгота, привилегия, право участия», — это возможность использовать уже отработанные и оправдавшие себя технологии, уже известную и популярную

торговую марку, возможность обучиться и получать по ходу дела необходимые консультации [2, с. 83].

Согласно Международной Ассоциации Франчайзинга, «*франчайзинг*» – это система перманентных отношений, устанавливаемых между франчайзером (правообладателем) и франчайзи, в результате которых знания, имидж, успех, методы производства и маркетинг передаются франчайзи в обмен на взаимное удовлетворение интересов» [6, с. 285-286].

Франчайзинг нельзя назвать идеальной формой ведения бизнеса для обеих сторон. Специалисты выделяют преимущества и недостатки как для франчайзера, так и для франчайзи.

Франчайзер получает возможность экономии капитала и трудовых ресурсов, снижения коммерческих рисков; ему не приходится решать вопросы управления, подбора и обучения персонала каждой франшизной точки. Однако при этом для франчайзера необходим постоянный контроль над франчайзи, непрерывная работа с ним, а также следует учитывать, что снижение качества продукции будет сказываться на всей системе франчайзинга.

С другой стороны, франчайзи получает готовый бизнес, использует известный товарный знак, пользуется помощью и поддержкой франчайзера во многих ключевых вопросах ведения бизнеса. Негативными моментами при этом являются высокие инвестиции, ограниченная свобода действий, а также ограничение возможности быстрого выхода из данной бизнес-системы.

Рынок франшиз в России растет, однако в последнее время его рост не так стремителен, как в предыдущие годы. Количество франчайзеров в России к 2017 году составило 1500, учитывая, что в 2015 году их число достигало 1400. Наиболее интенсивный рост наблюдался в 2011-2013 гг. В период с 2007 г. по 2017 г. количество франчайзеров выросло почти в 4 раза (рис.1).

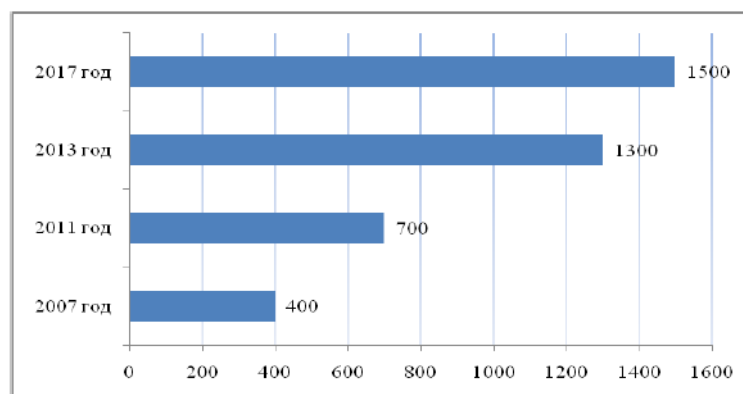


Рис.1 - Количество франчайзеров в России [1]

Рассмотрим самые популярные франшизы в России за 2018 год (табл.2). Следует отметить, что большинство франшиз приходится на розничную торговлю и общественное питание. Туристический бизнес, бытовое обслуживание, учебные центры встречаются на рынке франчайзинга реже. Стоимость наиболее популярных франшиз по России колеблется в пределах 180 000 - 16 000 000 рублей. Также в рейтинг входят такие известные компании, как СДЭК, Coffee Like, 33 пингвина, ИНВИТРО, Yves Rocher, Стардог!s, Бегемотик и др.

Таблица 1

Популярные франшизы в России в 2018 году [4]

Место	Наименование, описание компании	Стоимость	Количество предприятий в сети
1	Subway. Сеть ресторанов быстрого обслуживания.	4 000 000 — 6 000 000 Р	644
2	Додо Пицца. Международная сеть пиццерий в «среднем» ценовом сегменте с фокусом на доставку.	5 000 000 — 16 000 000 Р	346
3	220 Вольт. Ведущий интернет-магазин по продаже инструмента и оборудования, а также крупнейшая DIY сеть розничных магазинов.	1 500 000 — 7 000 000 Р	236
4	СУШИШОП. Магазины суши и вок.	1 250 000 — 2 500 000 Р	250
5	Пив&Ко. Магазины разливного пива	1 900 000 — 3 200 000 Р	214
6	Этажи. Федеральная риелторская компания	250 000 — 3 000 000 Р	81
7	Вилгуд. Автосервис	1 500 000 — 8 000 000 Р	133
8	F!T SERVICE. Федеральная сеть	2 500 000 — 12 000 000 Р	172

	автосервисов		
9	Слетать.Ру. Сеть туристических агентств	180 000 — 700 000 Р	579
10	АвтосуШи. Федеральная сеть (более 100 кафе) с доставкой суши и пиццы.	2 500 000 — 5 000 000 Р	107

В Приволжском федеральном округе сконцентрировано лишь 3% франшиз. Это объясняется тем, что для округа характерным является доминирование местных франчайзеров, не столь мощных по своим возможностям. Соответственно можно предположить, что развитие франчайзинга прежде всего будет наблюдаться в густонаселенных регионах России, таких как Приволжский и Уральский ФО [3].

В Пензе процветает бизнес, в том числе развивающийся по франчайзинговой схеме. Компании, работающие по франшизе, представлены в следующих сферах [5]:

- 1) розничная торговля: одежда для детей «Orby», «СНОУРЕТТЕ», обувь «Cросс», настольные игры «Hobby Games», одежда «Ваон», нижнее белье Calzedonia, натуральная косметика «Mixit», ювелирные украшения «Адамас», «Московский ювелирный завод», кожгалантерея и аксессуары «ВВ1» и т.д.
- 2) общественное питание: рестораны азиатской кухни «Якитория», кафе быстрого питания «Стардог!s», кофейни «Coffee Moose» и т.д.

В населенном пункте развиваются также и иные франчайзинговые направления, например, сфера услуг (сеть детских школ балета «Русский балет», Международная школа программирования «Алгоритмика». экспресс-доставка, экспресс-почта, доставка документов и прочего «СДЭК», сеть мужских барбершопов - салонов бритья и стрижки «BORODACH», туристическая компания «Солнцетур» и др).

Наиболее известной региональной сетью является розничная сеть «КАРАВАН», основанная в Пензе в 2003 году. Сеть пензенских магазинов

входит в состав группы компаний «Дионис». С 2009 г. является членом Союза Независимых Сетей России. Караван занимает более 8% розничного товарооборота Пензенской области.

На данный момент существует 70 магазинов самообслуживания из них: 35 расположены в Пензе, 28 - в Пензенской области; 10 магазинов работают по франчайзинговой системе.

Эксперты прогнозируют России бурный рост франчайзинга в секторе сервиса и B2B-услуг. В этом плане Россия находится на одном уровне со странами мира. В городе Пенза можно отметить существование и развитие франчайзинговых фирм, в большинстве своем также связанных с торговлей и сферой услуг населению.

Таким образом, в настоящее время на рынке франчайзинга наблюдается положительная динамика развития. Однако данной формы бизнеса не могли не коснуться определенные проблемы. К ним относятся низкая государственная поддержка, невысокая популяризация данного вида бизнеса в нашей стране, а также несовершенство законодательства в этой области. Для решения существующих проблем необходимо внести изменения в законодательные акты, которые касаются франчайзинговой деятельности, для того, чтобы дать возможность данной интегративной системе бизнеса получить достаточный импульс для развития на отечественном рынке. Также следует уделять особое внимание специальным программам поддержки франчайзинга. Так, на данный момент Российская ассоциация франчайзинга активно осуществляет свою деятельность, благодаря которой франчайзи могут получать ряд государственных субсидий.

#### **Библиографический список:**

1) Грисько Е.С. Тенденции и проблемы развития франчайзинга в России [Электронный ресурс] // Вестник СИБИТа. 2018. №2 (26). URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-i-problemy-razvitiya-franchayzinga-v-rossii>

2) Дуйсембаев, А.А. Франчайзинг как форма ведения бизнеса / А.А. Дуйсембаев, А.М. Ибраева // Актуальные вопросы развития современного общества. Сборник статей 4-ой Международной научно-практической конференции: в 4-х томах. – 2014. – с. 82-86.

3) Коробкова, Н.А. Франчайзинг как институт развития сферы услуг / Н.А. Коробкова, И.А. Венедиктова // Научно-практический журнал «Современные научные исследования и инновации». – 2014. - №12.

4) Топ 100. Рейтинг франшиз в 2018 году. – Режим доступа: <http://www.beboss.ru/rating>

5) Франшизы в городе Пенза. – Режим доступа: <https://franshiza.ru/cities/penza/>

6) Чевдарь, А.Г. Франчайзинг: экономическая природа и российская практика / А.Г. Чевдарь // Актуальные вопросы развития современного общества. Сборник статей 4-ой Международной научно-практической конференции: в 4-х томах. – 2014. – с. 285-288.

*Оригинальность 86%*