

Министерство образования и науки Российской Федерации  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ИМЕНИ Н.Г.ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Кафедра экономической теории  
и национальной экономики

**Франчайзинг в малом бизнесе России**

АВТОРЕФЕРАТ НА ВЫПУСКНУЮ КВАЛИФИКАЦИОННУЮ РАБОТУ

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

Студентки 4 курса 411 группы

направления 38.03.01 «Экономика»

профиль «Экономика предпринимательства»

Данилиной Юлии Александровны

Научный руководитель

к.э.н., доцент \_\_\_\_\_ Е.В. Порезанова

Зав.кафедрой

к.э.н., доцент \_\_\_\_\_ Е.В. Огурцова

Саратов 2018

**Введение.** Актуальной является роль франчайзинга в развитии малого бизнеса сегодня. Он может в определённой степени стать ускорителем экономики, поскольку позволяет интегрировать интересы крупного, среднего и мелкого бизнеса, продвигать отечественных производителей и их товары, формировать системы контроля качества товаров и услуг, стандартов поведения и создавать новые рабочие места.

С учетом же системы долговременных договоров франчайзинга достигается планирование развития бизнеса, а значит и достижение определенного уровня защиты малого и среднего бизнеса, от которого в принципе и будет зависеть дальнейший экономический рост.

Можно утверждать, что франчайзинг, в настоящее время является одним из самых эффективных инструментов, позволяющих повысить эффективность малого бизнеса. Он дает возможность объединить достоинства малого и крупного бизнеса. Предприятия, получая передовые технологии и поддержку на основе франчайзинга, становятся более конкурентоспособными.

Как показывает зарубежная и отечественная практика, главное преимущество франчайзинга – снижение количества рисков, поэтому в промышленно развитых странах франшизными типами бизнеса в основном занимаются физические лица и малые предприятия, которые экономически активны и сами непосредственно участвуют в управлении своими точками (даже если их несколько).

Франчайзинг в настоящее время получает все большее распространение в России и нуждается в выработке комплексного знания о нем. Все это определяет актуальность и значимость выбранной темы.

Цель данной выпускной квалификационной работы – изучение франчайзинга в малом бизнесе России.

Задачами исследования выступают:

1. Рассмотреть сущность и виды франчайзинга в малом бизнесе;

2. Описать экономический механизм взаимоотношений в системе франчайзинга;
3. Охарактеризовать современное состояние франчайзинга в малом бизнесе России;
4. Выявить проблемы развития франчайзинга в малом бизнесе в России;
5. Определить перспективы и пути развития франчайзинга в условиях развития рынка;
6. Рассмотреть особенности развития франчайзингового бизнеса на примере компании «Инвитро».
7. Представить рекомендации по развитию франчайзинга в данной компании.

Предметом исследования являются экономические отношения, складывающиеся между хозяйствующими субъектами на рынке франчайзинга в малом бизнесе России. Объектом исследования выступает франчайзинг как форма организации малого бизнеса.

**Основная часть.** Франчайзинг (льготное предпринимательство) – это эффективная система отношений по организации производства, продажи (сбыта) товаров и оказания услуг, способ развития и завоевания рынка, на основе кооперации трудовых, материальных и финансовых ресурсов, а также усилий по интеграции малого и крупного бизнеса, которая предполагает создание широкой сети, как правило, однотипных предприятий, использующих единый товарный знак, соблюдающих, предписанные контрактом (лицензией) единый товарный знак, единый стиль и цены, устанавливаемые и регулируемые централизованно.

Сравнительная характеристика основных видов франчайзинга приведена в таблице 1.

Таблица 1 - Сравнительная характеристика основных видов франчайзинга<sup>1</sup>

Вид франчайзинга	Тип франшизы	Достоинства	Недостатки
Товарный франчайзинг	Товар	Этот вид франчайзинга прост в использовании	Франчайзи работает в ограниченной сфере деятельности, узкая специализация
Производственный франчайзинг	Технология/исходный компонент	Франчайзеру легко контролировать франчайзи, высокая эффективность	Необходимы большие начальные затраты на приобретение франшизы, франчайзи сильно зависит от франчайзера
Деловой франчайзинг	Модель франшизного бизнеса	Большая сфера применения, быстрая приспособляемость к условиям рынка	Инициативность франчайзи часто подавляется чрезмерной регламентацией деятельности

Франчайзинг как система имеет следующие преимущества:

- более эффективная система взаимоотношений с руководством франчайзи по сравнению с дочерними компаниями или независимыми дилерами. Во франчайзинговой сети развитие бизнеса планируется собственниками, а не наемными работниками;
- получение новых идей и информации о развитии бизнеса от заинтересованных партнеров. Франчайзинговая сеть в этом отношении позволяет собрать, оценить и распространить среди партнеров передовой опыт и инновационные идеи, реализованные в бизнесе;
- более простая система управления бизнесом. Франчайзер выступает администратором и провайдером услуг, информации и т.п. для франчайзи,

<sup>1</sup> Энциклопедия франчайзинга [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://franchising-consult.ru> (дата обращения 11.12.2017).

если ему требуется решать достаточно упрощенные задачи менеджмента. Поэтому франчайзер может перенести центр тяжести в своей работе в область долгосрочного стратегического ;

- привлекает заинтересованных предпринимателей в сферу своего бизнеса. Франчайзер может предложить франчайзи систему ведения бизнеса и дает возможность самореализации;

- быстрое расширение объемов бизнеса в рамках дистрибуторской сети. Франчайзинговая сеть позволяет компании основать большое количество торговых точек за относительно короткое время, что позволяет увеличить рыночную нишу (долю на рынке). При этом капитальные вложения и большая часть работы по выбору расположения и развитию предприятий выполняют франчайзи.<sup>2</sup>

- распределение на франчайзи финансового риска, связанного с развитием сети. Франчайзи вкладывает значительные средства, которые обеспечивают расширение франчайзинговой сети. Он выплачивает франчайзеру определенную сумму в качестве платы за право пользования привилегиями.

- более высокая отдача от меньшего объема вложенных средств. Франчайзер с помощью меньших финансовых вложений управляет значительными средствами франчайзи. Поэтому доход франчайзера, полученный в виде отчислений от дохода, франчайзи, получен с меньшими финансовыми вложениями, соответственно их отдача становится выше;

- прямой и косвенный контроль за платежами и отчислениями партнеров, позволяющий франчайзи вернуть бизнес «под свое крыло». Франчайзер может выкупить обратно бизнес франчайзи для увеличения числа собственных предприятий в сети.

---

<sup>2</sup> Франчайзинг. Нормативно-правовая база сегодня// Информационный портал о франчайзинге. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://francon.ru/area\\_news/18](http://francon.ru/area_news/18) (дата обращения 19.10. 2017).

Однако, при всех преимуществах франчайзинга, следует правильно оценивать и его недостатки. К ним можно отнести следующие:

1) Потенциальный франчайзер может столкнуться с серьезными проблемами, которые, если их вовремя не решить, могут привести к серьезным убыткам и даже банкротству. Вот основные из грозящих них:

- потенциальные выгоды франчайзинга могут показаться инвестору столь заманчивыми, что он бросится в дело и не позаботится изучить предложения франчайзеров со всей необходимой ;

- для малого российского предпринимательства характерна больше диверсификация деятельности. Так, путем естественного отбора возникает некая специализация малых предприятий.

2) Договор франчайзинга обычно заключается на определенный срок, что не дает возможности «попробовать» и, если не понравилось, бросить бизнес без существенных материальных потерь.

В России наблюдается возрастающий интерес к развитию бизнеса с использованием концепций франчайзинга. Количество организаций, заявивших о своем развитии в формате франчайзинга, возросло с 750 в 2009 г. почти до 1200 в 2016 г., что само по себе характеризует востребованность этого формата в России. Только в 2016 г. количество франшиз по сравнению с 2015 г. возросло более чем на 40 % (см. рис.1).

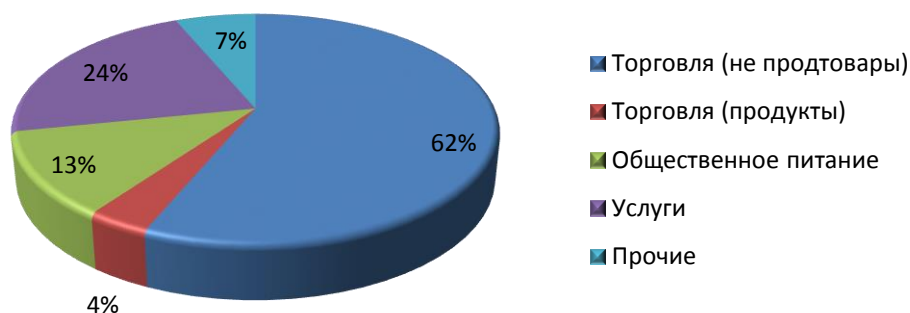


Рисунок 1 - Структура рынка франшиз в 2016 году<sup>3</sup>

<sup>3</sup> Франчайзинг в России // Российская Академия франчайзинга. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.ru.rusfranch.ru> (дата обращения 12.10.2017).

По всем указанным секторам в 2016 г. произошел количественный рост франшиз: на 52,5 % по торговле непродовольственными товарами; 27,3 % по продовольственной торговле; 30,1 % по сектору общественного питания и 25% по услугам. Вместе с тем, в общей совокупности франшиз наблюдалось в 2016 г некоторое снижение доли сектора услуг, что связано с опережающим ростом франшиз в секторе непродовольственной торговли, и соответственно увеличение доли непродовольственного сектора с 47 % в 2015 г. до 52 % в 2016 г.

Для развития франчайзинга в малом бизнесе в России, на мой взгляд, необходимо следующее:

- 1) принять специальное законодательство по использованию франчайзинга;
- 2) обеспечить законодательную инициативу по разработке закона о франчайзинге и внесения соответствующих изменений в связанные с ним законы и нормативные акты;
- 3) включить в Правительственную программу поддержки малого предпринимательства систему развития франчайзинга;
- 4) создать систему налоговых льгот для франчайзи, особенно на начальном этапе развития франчайзинговой системы;
- 5) целесообразно предоставить возможность применения франчайзи упрощенной системы бухгалтерского учета;
- 6) требуется создать сеть учебно - консультационных центров по развитию франчайзингу.

Анализ франчайзинговой деятельности конкретной компании показал, что рост степени географической экспансии вынуждает компании в большем объеме использовать франчайзинг, а рост размера активов, наоборот, позволяет в большей степени расти через открытие собственных подразделений. Деятельность данной компании была выбрана неслучайно.

---

Сфера медицины наиболее стабильна и динамично развивающаяся, несмотря на экономическое положение в стране. При любом раскладе, спрос на медицинские услуги неэластичен, так как люди стремятся следить за своим здоровьем. Еще одним фактором в пользу выбора данной компании для анализа выступает нестандартная схема франчайзинга – обратный франчайзинг.

С точки зрения операционной деятельности обратный франчайзинг как форма работы очень удобен и для франчайзи, и для франчайзера - владельца бренда, который в итоге полностью контролирует партнеров. В России данная схема в большей степени представлена в сфере продаж продовольственных товаров, поэтому выбор данной схемы компанией «ИНВИТРО» достаточно неожиданный. Следует отметить, что выбранная компанией франчайзинговая стратегия принесет данной компании прибыль, она сможет укрепить свое положение на рынке, увеличить свою долю на рынке медицинских услуг, а, в конечном счете, стать узнаваемой, рентабельной и развивать новые виды франчайзинга.

На основе полученных данных можно дать прогноз до 2018 года, представленный на рис. 2.

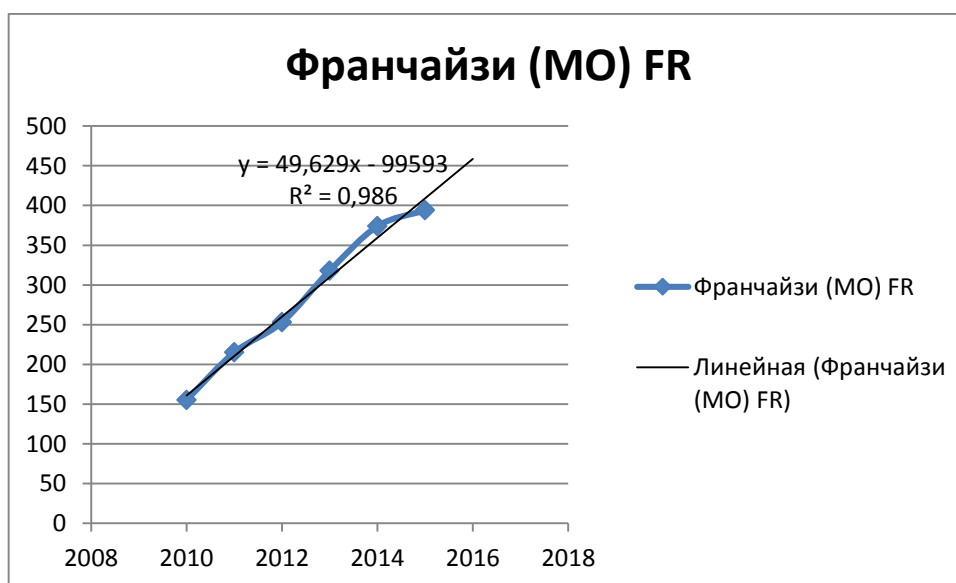


Рис. 2 – Прогноз развития франшизных точек сети «ИНВИТРО»<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Составлен автором по: Франчайзинговый пакет «ИНВИТРО» [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://www.invitro.ru/franchaizing/claim.php>. (Дата обращения 15.05.2017).



Из рис. 2 следует, что в пределах ближайших двух лет будет сохраняться тенденция увеличения офисов, открытых по системе франчайзинга. Таким образом, исходя из описанной зависимости выбранных факторов от количества франшизных точек, данная тенденция будет наблюдаться и в увеличении выручки и количества городов присутствия компании.

В ходе исследования была определена взаимосвязь между количеством франшизных предприятий и результатами деятельности компании. Дополнительно были рассмотрены факторы, оказывающие воздействие на выбор соотношения между числом собственных и франшизных предприятий организации. Так же, было подтверждено, что важным фактором, оказывающим влияние на количество франшизных точек компании «ИНВИТРО», являются стратегические цели организации в отношении степени своей географической экспансии.

Следует отметить, что «ИНВИТРО» довольно крупный игрок на рынке франчайзинговых предложений. Компания более 10 лет продает франшизу, поэтому схема франчайзинга довольно отлажена и просчитана от и до. Несмотря на то, что охват территории и городов представления «ИНВИТРО» сравнительно велик, компания продолжает экспансию регионов. Это подтверждает выдвинутая гипотеза увеличения числа городов, на рынки которых выходит компания, приводит к возрастанию количества франшизных точек по отношению к открытию собственных офисов. При этом наблюдается увеличение прибыли компании. В то же время, рост франшизных точек имеет свой предел, после которого отношение собственных офисов к франчайзинговым возрастает.

**Заключение.** В условиях увеличения оборотов крупных и средних торговых компаний, а так же стремлении выйти на новые рынки, франчайзинг становится одним из самых эффективных инструментов выживания малого бизнеса. Однако в России этот вид бизнес пока не

---

получил должного внимания, уровень осведомленности базовых знаний в этой области в предпринимательской среде достаточно низок. Исходя из этого, актуальность темы исследования выпускной квалификационной работы была подтверждена проведенным исследованием рынка франчайзинга в малом бизнесе России.

Франчайзинг - явление во многом специфическое. Особенность этой формы предпринимательства в том, что предприятия, работающие по договору франчайзинга, несмотря на юридическую самостоятельность, являются, по сути, частью единой системы.

Франчайзер и франчайзи связаны друг с другом системой договоров, в основе которых лежит франшиза. Это контрольная лицензия, выданная одним лицом (франчайзером) другому лицу (франчайзи), которая устанавливает между франчайзером и франчайзи специфическую систему взаимоотношений.

Так же, для более глубокого изучения данной проблемы была построена эконометрическая модель развития франчайзинговой компании на примере лаборатории «ИНВИТРО», на основе которой определена взаимосвязь между количеством франшизных предприятий и результатами деятельности компании. Дополнительно были рассмотрены факторы, оказывающие воздействие на выбор соотношения между числом собственных и франшизных предприятий организации.

Экономические преимущества франчайзинга очевидны: для франчайзера - это расширение сети практически без дополнительных инвестиций, для франчайзи - минимальный риск разорения на первоначальном этапе деятельности, наконец, для потребителей - своевременное удовлетворение спроса. Таким образом, при помощи франчайзинга вы инвестируете свои средства в уже успешный бизнес, получаете багаж бесценного опыта, узнаваемый бренд, уже налаженные связи и сформированную репутацию.

Бизнес по франшизе дает возможность сэкономить время и деньги. Франчайзинг, конечно же, тоже предполагает финансовые вложения, и у него есть свои финансовые принципы. В совокупности правильно определенная политика при создании бизнеса обуславливает верное направление стратегии развития не только отдельной компании, но и развитие франчайзинга как особой формы предпринимательства.

Прогнозируя развитие франчайзинга в РФ, следует отметить, что в нашей стране в ближайшее время следует ожидать еще большего увеличения интереса к рассматриваемой форме открытия и развития бизнеса.