

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
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 БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ
студентки 4 курса 411 группы
направления 38.03.01 Экономика
профиль «Экономика предпринимательства»
экономического факультета
Пономаревой Виктории Викторовны

Научный руководитель:

канд. экон. наук, доцент

В.С. Федоляк

Зав. кафедрой:

канд. экон. наук, доцент

Е.В. Огурцова

Саратов – 2023

Введение. Франчайзинг является одним из основных способов организации эффективного бизнеса, поскольку предоставляет предпринимателю возможность стать владельцем уже известного бренда, с долгой историей и сформировавшейся целевой аудиторией. Актуальность темы заключается в том, что многие предприниматели ищут наиболее безопасный и прибыльный вариант выхода на рынок. В то же время важно найти проект, который предлагает стабильную прибыль. Правильный выбор может свести к минимуму возможность финансовых потерь. Предприятия, которые пользуются передовыми технологиями и поддержкой на основе франшизы, будут более конкурентоспособными.

При правильном выборе франчайзинговой модели предприниматели освобождаются от целого ряда проблем, с которыми сталкиваются владельцы нового бизнеса. К таким проблемам относятся затраты на рекламу, поиск поставщиков и посредников, выбор стратегии бизнеса, постановка миссии и целей и многое другое. Основной проблемой при организации бизнеса является выбор перспективной бизнес-модели, которую решает франчайзинг, предоставляя франчайзи уже готовую и подходящую концепцию.

В настоящее время франчайзинг в России получает все большее распространение в различных отраслях бизнеса и поэтому требует обширных знаний о нем. Особенно это касается отрасли общественного питания. Следует отметить, что франчайзинг в этом секторе представлен не только зарубежными фирмами-гигантами, которые уже распространены по всему миру но и компаниями, которые зародились в нашей страны (не обязательно в столице) и распространяются по всей России.

Проблема взаимодействия малого и крупного бизнеса, в частности разработки теоретического и методического обеспечения франчайзинга, давно находится в центре внимания отечественных и зарубежных исследователей. В частности, Адамс Я., Бессис Ф., Дельтей Ж., Кесслер Э., Кесслер П., Маринов М., Мендельсон М., Мэйтлэнд Л., Мюррей Я., Смит Б., Стэнворт Дж., Харрисон

Э., Хэдфилд Дж., Хэмилтон Пратт Я., Чопра К., Шульц Е., Шэйн С., Эдами Ж. и др. всесторонне исследуют различные формы взаимного сотрудничества субъектов малого предпринимательства и крупных компаний, способы их взаимодействия, выявляя наиболее оптимальные для определенных условий хозяйствования в рыночной экономике. Среди отечественных авторов, исследовавших различные аспекты отношений франчайзинга, необходимо отметить следующих специалистов: Васильеву Е.Н., Глуховскую А., Даниловского Ф., Землякова Д. Н., Колесникова В., Леонова А.Е., Макашева М.О., Назаренко Е., Новосельцеву О., Панюкову В., Рыкову И., Сосна С.А., Финько Е., Фрумкину К., Хвалынскую Н., Шульгину Л., Ющенко Н.А. и др.

Анализ экономической литературы приводит к выводу, что многие аспекты франчайзинга еще недостаточно изучены. Франчайзинговая система активно действует во многих секторах российской экономики, используются различные модели сотрудничества. Все это усиливает актуальность и практическую значимость выбранной темы.

Цель данной выпускной квалификационной работы – изучение франчайзинга как технологии организации бизнеса. Необходимость достижения цели потребовала решения следующих задач:

- исследовать экономическое содержание франчайзинга в малом бизнесе;
- показать динамику и проблемы развития франчайзинга в малом бизнесе России;
- проанализировать франчайзинговую модель малого бизнеса на примере ООО «Пепперони».

Основными методами исследования послужили изучение нормативно-правовых документов, научной литературы, исследование отечественной и зарубежной практики франчайзинга, франчайзинговых отношений, анализ бухгалтерской (финансовой) отчетности, обобщение результатов анализа.

Предметом исследования являются особенности и тенденции развития франчайзинга малом бизнесе в России, в частности, ресторан «Додо Пицца» в г. Саратов, работающий на условиях франчайзинга. Объектом исследования является франчайзинг как форма организации малого бизнеса.

Информационной базой исследования данной работы послужили информационные и аналитические материалы научно-исследовательских учреждений, информационных агентств и служб, федеральные законодательные акты, статистические материалы, экспертные оценки и расчеты научных и практических работ, документы и материалы международных организаций, монографии, научные статьи по исследуемой проблеме и управленческая отчетность ООО «Пепперони».

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в том, что ее основные теоретические положения и выводы исследования могут быть использованы для оценки организации развития малого бизнеса в России.

Основная часть. Тема моего исследования достаточно актуальная, так как в современной России франчайзинг является одним из основных способов и прогрессивной моделью организации бизнеса эффективного бизнеса, поскольку предоставляет предпринимателю возможность за определенную плату стать владельцем уже известного бренда, с долгой историей и сформировавшейся целевой аудиторией. Поэтому, развитие франчайзинга в малом бизнесе России имеет важное значение для экономического развития страны, нуждается в научном сопровождении и обосновании.

В процессе исследования данной темы я пришла к следующим выводам:

1. Франчайзинг - это форма организации и реализации предпринимательской деятельности, которая предполагает систему взаимодействия, установленную договором франшизы или другими соответствующими документами. Система франчайзинга имеет множество плюсов: франчайзинг способствует развитию малого и среднего бизнеса в

стране, обеспечивает быстрый старт для предпринимателей, дает возможность работать под известным именем, предоставляет доступ к разработанным и протестированным бизнес-методам, повышает общую культуру предпринимательских отношений, способствует созданию новых рабочих мест и привлекает инвестиции в российскую экономику. Недостатками являются: трудность для франчайзера контролировать сделки значительные затраты и на обеспечение качества продукции и услуг со стороны франчайзи. В целом, франчайзинг – это эффективный экономический инструмент, признанный во всем мире и применимый практически во всех секторах рынка.

2. Первые предпосылки создания франчайзинга в России появились в 17-м веке, а свое развитие он получил преимущественно во второй половине XX века. На протяжении многих лет отечественный франчайзинг постепенно развивается и завоевывает российский рынок, за десятилетия он зарекомендовал себя как особенно успешный, прибыльный и снижающий риски вид бизнеса. Для развития франчайзинга в России имеются достаточно широкие возможности, однако, несмотря на то, что уже создано немало законодательных норм, все же присутствует необходимость разработать закон о франчайзинге для его закрепления.

3. Анализируя тенденцию развития франчайзингового бизнеса, можно сказать, что большая часть франчайзеров – 49% задействована в сфере услуг населению, 24% – в общественном питании, 15 % – в непродовольственной рознице. Следует отметить, несмотря на то, что около 280 франчайзинговых сетей сократили свою деятельность в России в 2022 году, что на 70% больше, чем в 2021 году (в эту цифру входят как международные сети, например, DIM, Levi's, NYX Cosmetic, так и российские компании), в 2022 году более 400 сетей запустили свои франшизы. В это число входят как новые для рынка франчайзинга бренды, так и компании, которые были вынуждены изменить свой бренд и продолжить работать с партнерами под новым товарным знаком.

Так, в 2022 году свою франшизу запустили кондитерские магазины "Аленка", "Национальная лотерея", один из крупнейших застройщиков "Самолет Плюс".

4. В России франчайзинг развивается достаточно активно, так в 2010 г. в России было всего 400 франчайзеров, а к 2022 г. их количество увеличилось до 3095, оборот рынка франчайзинга за 2022 год вырос на 19% до 2,78 трлн. рублей, а число занятых во франчайзинговых сетях увеличилось на 9% до 1,24 млн. сотрудников. Динамика роста положительная даже несмотря на то, что более 200 иностранных франчайзинговых сетей свернули свою деятельность на территории РФ в 2022г. Таким образом, прошлогодние потрясения, временный отток платёжеспособной аудитории и нарушение логистики из-за санкций не привели к кризису и не остановили развитие рынка, а лишь сместили акценты спроса.

5. Франчайзинг является достаточно выгодной формой ведения бизнеса как для франчайзи, так и для франчайзера. Франчайзинг помогает развить сеть до мировых масштабов, а так же является хорошим стартом для начинающих предпринимателей. Научившись грамотно вести франчайзинговый бизнес, рассчитывая свои риски и прилагая немало усилий, можно добиться большого успеха. Однако существуют сдерживающие факторы развития франчайзинга в малом бизнесе, что влияет на развитие франчайзинга в России. Решением одной из главных проблем, сдерживающих распространение франчайзинга в России, может послужить внесение корректировок в статью ГК РФ о «Коммерческой концессии», либо создание статьи, направленной конкретно на франчайзинг. Для франчайзи важна законность приобретения такого продукта, как франшиза. Это будет способствовать еще более эффективному внедрению франчайзинговых схем в развитие бизнеса в России.

6. В своей работе я также исследовала франчайзинговую модель малого бизнеса на примере франшизы «Додо Пицца». В настоящее время «Додо Пицца» является одной из крупнейших и успешных франшиз, созданной в России. На 2023г. открыто 829 пиццерий в 16 странах. Высокие темпы роста

обеспечивает франчайзинг, а так же информационная модель Dodo IS, позволяющая дистанционно управлять бизнесом и следить за каждой пиццерией в отдельности, тем самым повышая эффективность и качество. Результаты франчайзинга видны не только на словах, но и в цифрах: за 2022 г. выручка сети была более 51 млрд. руб.

7. Проведенный анализ эффективности использования данной франшизы на примере ООО «Пепперони» показал, использование франшизы «Додо Пицца» положительно влияет на развитие компании, так как предприятие имеет нормальную финансовую устойчивость, у него достаточно собственных средств для покрытия запасов и затрат, оно является платежеспособным, за данный период выручка, чистая прибыль и другие показатели итоговой финансовой деятельности организации значительно увеличились, при этом значения их прироста превышают значение прироста себестоимости, что говорит о правильно проводимой стратегии развития предприятия. В целом, предприятие стабильно функционирует, развивается, растет и успешно преодолевает кризисные периоды.

Заключение. Таким образом, международный франчайзинг, зародившись в середине XIX века, получил широкое распространение уже в начале XX века, и в настоящее время развивается достаточно быстрыми темпами и имеет высокий потенциал. В последние годы франчайзеры в США, а также в Европе, Японии, Канаде и Австралии интенсивно расширяют свои франчайзинговые сети за пределами своих стран, особенно на развивающихся рынках.

Франчайзинг можно охарактеризовать как один из наиболее эффективных и популярных методов ведения бизнеса. Он дает толчок развитию малому и среднему предпринимательству, предполагает длительные и стабильные отношения партнеров, что в свою очередь позволяет обеспечить предсказуемость развития системы и дает возможность установления перспективных связей.

Система отношений во франчайзинге носит взаимозависимый характер и формируется на основе поддержки и содействия франчайзера. Такой подход к формированию системы отношений не только помогает франчайзи добиться успеха, но и определяет получение франчайзером роялти. В силу своей доступности в условиях нестабильной экономики франчайзинг в России будет и дальше одним из наиболее выгодных форматов бизнеса. Инвестор, покупающий франшизу, получает множество преимуществ отлаженной и проверенной бизнес-модели франчайзера.

Достоинствами франчайзинга можно считать, прежде всего, то, что он обеспечивает быстрый старт для предпринимателей, дает возможность работать под известным именем, предоставляет доступ к разработанным и протестированным бизнес-методам, повышает общую культуру предпринимательских отношений, способствует созданию новых рабочих мест и привлекает инвестиции в российскую экономику.

Недостатки франчайзинга заключаются в том, что франчайзинговая компания вынуждена тратить много организационных и финансовых ресурсов на обеспечение качества продукции и услуг, предлагаемых франчайзи. Эта система накладывает множество ограничений на франчайзи отчасти лишает ее независимости в формировании производственной и маркетинговой политики, что, несомненно, повлияет на направления развития компании.

В целом франчайзинг позволяет бизнесу повысить общую культуру предпринимательства, увеличить количество рабочих мест в стране, усилить инновационную составляющую в сегменте малого и среднего бизнеса, привлечь значительные иностранные инвестиции в отечественную экономику.

Основными проблемами развития франчайзинга в России являются: отсутствие соответствующей законодательной базы франчайзинга, несовершенство правового обеспечения реализации механизма франчайзинга в нашей стране, отсутствие подробной информации о франчайзинге как методе ведения бизнеса, нестабильное развитие российской экономики, проблемы

финансово-кредитного характера, отсутствие у потенциальных франчайзи необходимого стартового капитала.

Несмотря на некоторые сдерживающие факторы, франчайзинг в России уже успешно развивается. Все больше предпринимательских кругов обращается к использованию этой эффективной формы ведения бизнеса, что подтверждает положительная динамика роста числа франчайзеров в стране.

Рассматривая бизнес-модель франчайзинга на примере рынка быстрого питания, мы видим, что на рынке есть предприятия, которые благополучно развиваются благодаря внедрению системы франчайзинга, например, компания ООО «Додо Пицца», существующая на рынке 12 лет – это первая цифровая франшиза доставки пиццы и один из самых быстроразвивающихся брендов QSR. На сегодняшний день «Додо Пицца» является крупнейшей пиццерией в России и Казахстане. Додо Пицца довольно привлекательная компания для покупки франшизы так как она имеет довольно большой опыт на рынке, современную систему обучения сотрудников, а также использует только новейшее оборудование в своей деятельности и имеет собственную «облачную» информационную систему Dodo IS, которая помогает отслеживать заказ на каждом этапе его приготовления, а также автоматически заносить в отчетность все положения по заказу и обслуживанию.

Проведя анализ компании, использующей франшизу «Додо Пицца», можно сказать следующее: открытие бизнеса по франшизе «Додо Пицца» производится на выгодных условиях, главная ценность компании - ее сотрудники (команда), многие франчайзи готовы рекомендовать данную компанию коллегам и партнерам для дальнейшего сотрудничества и каждый из них отмечает постоянную поддержку головной компании, благодаря чему предприятие стабильно развивается, успешно справляется с кризисными периодами и имеет постоянно растущий доход.

На основе анализа конкретной франшизы и российского рынка франчайзинга можно сделать вывод, что сфера франчайзинга стабильно

развивается и имеет достаточно широкие возможности, но для их реализации необходимо создать определенные условия, особенно важно создать нормативно-правовую систему актов для полноты регулирования франчайзинга.