

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 как инструмент развития малого бизнеса России

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 5 курса 561 группы
направления 38.03.01 Экономика
профиль «Экономика предпринимательства»
экономического факультета
Тимофеева Егора Константиновича

Научный руководитель:

канд. экон. наук, доцент

В.С. Федоляк

Зав. кафедрой:

канд. экон. наук, доцент

Е.В. Огурцова

Введение. Следуя сложившейся практике, нельзя не отметить, что в настоящее время франчайзинг активно применяется в качестве одной из формы ведения предпринимательской деятельности на территории государств, характеризующихся развитой рыночной экономикой. Такое положение объясняется тем, что франчайзинговая система, будучи универсальной и эффективной, взаимовыгодна для всех участников франчайзинговых отношений. На территории России история существования франчайзинга насчитывает более 20 лет, и за это время многие субъекты МСП смогли не только применить данный экономический инструмент, но и оценить его возможности. По данным 2023 года, на рынке РФ действовало 3300 франшиз, оборот рынка франчайзинга составлял 2,8 трлн руб., а ежегодный прирост франчайзинга равен 8%.

Несмотря на использование франчайзинга как экономического инструмента развития предпринимательской деятельности, перспективной формы взаимодействия МСП и как способа для построения рыночных отношений между владельцем франшизы и её покупателем, наблюдаются определённые факторы, риски и проблемы, сдерживающие развитие российского рынка франчайзинга, что усиливает актуальность и практическую значимость выбранной темы исследования.

Сущности и содержанию франчайзинга, а также проблемам, которые ему присущи на современном этапе развития РФ, посвящены работы различных представителей научной доктрины. Так, Анохин С. Х. подробно исследует сущность франчайзинга и специфику его правового регулирования в России. Валигурский Д. И., Арустамов Э. А., Еремин А. А., Нечаев В. И., Лысенко Е. С. в своих работах дают определение франчайзинга. Джинджолия К. К., Медведева Е. А., Хорошилова Л. С., Глазков Б. Е., Багдасарян А. В., Гатиятуллина Э. М., Абрамов Е. Н., Аверченко Н. Н., Арсланов К. М. рассматривают соотношение понятий «франчайзинг» и «коммерческая концессия». Инюкин А.Ф., Хорольская Т. Е., Мусаева Б. М. анализируют особенности и перспективы организации малого бизнеса на

основе франчайзинга в России, Михина М. Н., Корсукова Н. Д. — современное состояние и развитие франчайзинга в России, Студенникова М. Н. — рынок франчайзинга в России.

Целью данной выпускной квалификационной работы является изучение франчайзинга как инструмента развития малого и среднего предпринимательства.

Достижение поставленной цели требует решения следующих задач:

- определить сущность и основные виды франчайзинга в малом бизнесе России;
- проанализировать условия развития франчайзинга в малом бизнесе России;
- изучить особенности развития рынка франчайзинга в малом бизнесе России;
- выявить и обобщить сдерживающие факторы развития франчайзинга в малом бизнесе России;
- рассмотреть особенности организационно-управленческой деятельности ООО «РАЗВИТИЕ РОСТ», работающего по франшизе «Вкусно — и точка»;
- провести оценку эффективности использования ООО «РАЗВИТИЕ РОСТ» франшизы «Вкусно — и точка».

Объектом исследования является франчайзинг, как инструмент развития малого бизнеса в России. Предмет исследования составляют особенности российской франчайзинговой системы, а также практика применения франчайзинга как инструмента развития малого и среднего предпринимательства России на примере ООО «РАЗВИТИЕ РОСТ», работающего по франшизе «Вкусно — и точка».

Информационной базой исследования послужили федеральные и региональные законодательные акты, монографии и научные статьи отечественных учёных в области франчайзинга, предпринимательской

деятельности, экономики, статистические материалы, управленческая отчетность ООО «РАЗВИТИЕ РОСТ».

Практическая значимость исследования состоит в разработке мероприятий, направленных на дальнейшее развитие франчайзинга, минимизацию факторов, сдерживающих это развитие, а также устранение пробелов в области правового регулирования франчайзинговых отношений. Сформулированное и предложенное по результатам обобщения существующих научных точек зрения понятие франчайзинга может быть использовано при дальнейшем исследовании этого экономического инструмента и разработки мер относительно его развития.

Основная часть. В современном понимании франчайзинг принято рассматривать как смешанную модель осуществления предпринимательской деятельности, участниками которой являются субъекты крупного и малого предпринимательства. При этом на уровне законодательства понятие франчайзинга отсутствует, что является существенным пробелом современного законодательства, в связи с чем в научной доктрине выражаются различные точки зрения по данному вопросу. Изучив научные точки зрения относительно определения франчайзинга, я смог сформулировать единое понятие этого экономического инструмента, под которым целесообразно понимать передачу от одной стороны — правообладателя (франчайзера) другой стороне — пользователю (франчайзи) права (франшизы) на ведение коммерческой деятельности с использованием товарного знака и технологий правообладателя на определенной территории, применяя его бизнес-модель: стандарты работы, технологии, рецепты, отношения с партнёрами, каналы сбыта и т.п. Именно данная трактовка должна быть закреплена на законодательном уровне.

Участниками франчайзинга являются франчайзер и франчайзи, как самостоятельные юридические лица, а условия взаимодействия между ними определяются франшизой, которая предоставляет пользователю франшизы

(франчайзи) право на продажу уже зарекомендовавших себя товаров или услуг крупной фирмы-правообладателя (франчайзера).

На рисунке 1 представлены наиболее значимые преимущества франчайзинга.

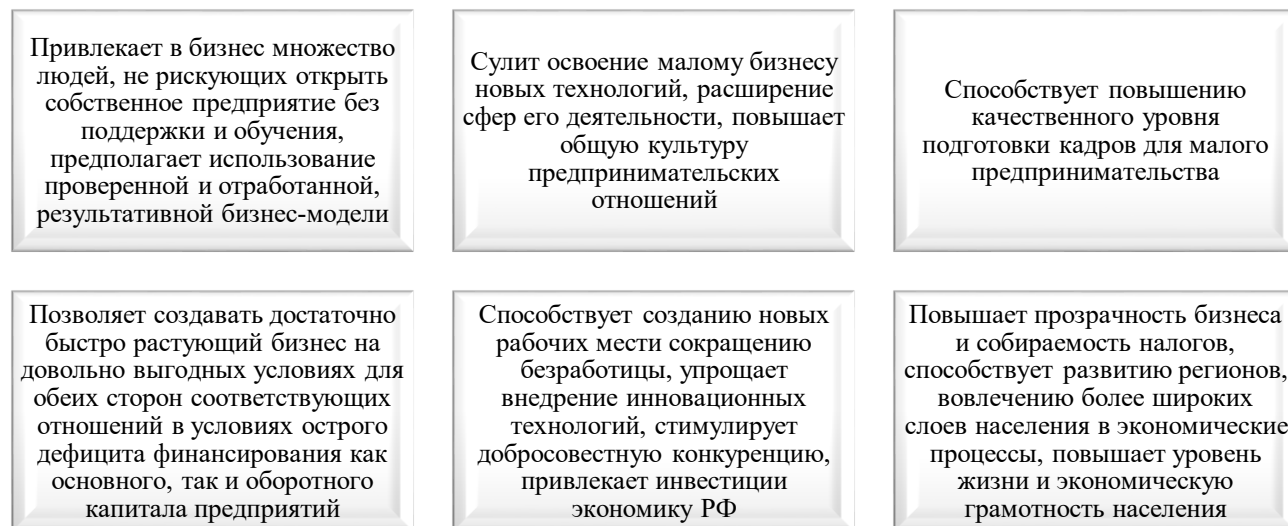


Рисунок 1 — Преимущества франчайзинга

В рамках франчайзинга отмечается более короткий срок окупаемости финансовых вложений (порядка 79% купленных франшиз в РФ окупаются в первый год работы).

Несмотря на преимущества франчайзинга, для него характерны и отдельные недостатки. Для франчайзера — это сложность контроля деятельности удалённых предприятий; подготовка потенциального конкурента — франчайзи, узнавшего секреты бизнеса франчайзера, которыми последний должен делиться; трудности сохранения коммерческой тайны бизнеса, построенного на франшизе, так как франчайзи получает все знания, которые при выходе из бизнеса может использовать в собственных интересах и др. Что касается франчайзи, ведение бизнеса по готовой стратегии франчайзера имеет такие недостатки как постоянные текущие сборы; жесткий контроль за условиями ведения продаж; обязательность соблюдения правил франшизного бизнеса — франчайзи могут вносить свои

предложения, но не могут менять систему; отсутствие возможности выбирать поставщиков, ассортимент товара, поскольку этим занимается франчайзер; франчайзи обязан продвигать и продавать тот же бренд и поддерживать те же стандарты, что и франчайзер, вплоть до выбора местоположения, мебели, продуктов и декора.

По уровню развития франчайзинга РФ входит в число мировых лидеров. Так, за период с 2017 по 2023 гг. наблюдается рост количества франчайзеров в России (рис. 2).

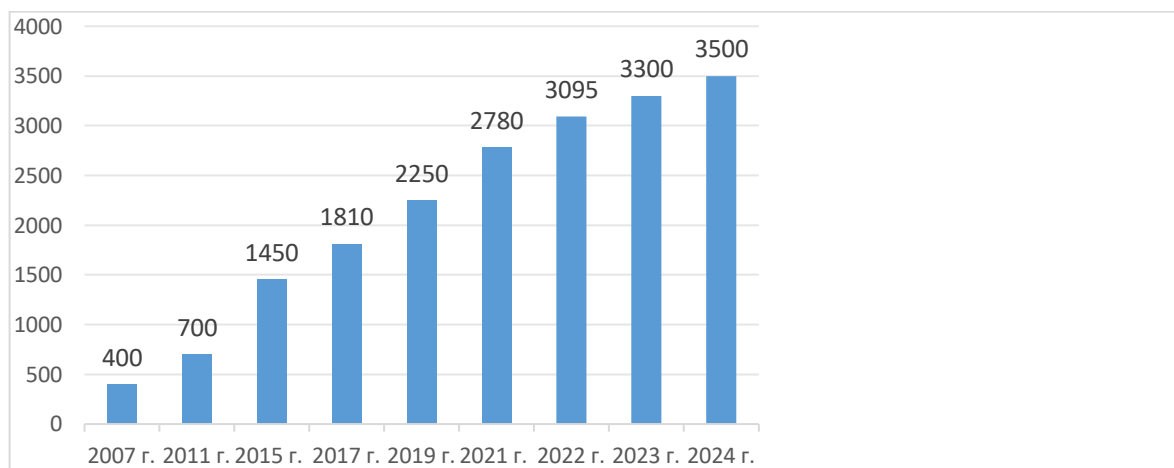


Рисунок 2 — Динамика роста количества франчайзеров в России за период с 2017 по 2023 гг.

В контексте сказанного важно выделить конкретные условия развития франчайзинга в малом бизнесе в России являются, а именно:

1. Правовое регулирование в рамках договора коммерческой концессии (ст. 1027 ГК РФ).

2. Поддержка применения франчайзинга субъектами МСП. Так, например, существуют информационные ресурсы, например, каталог franshiza.ru, который содержит сведения и данные о франчайзерах, проверенные отзывы действующих партнеров и актуальные новости известных брендов. Действует платформа «Франшиза с господдержкой», которая помогает предпринимателям не только приобрести франшизу, но и

получить средства на ремонт, закупку оборудования, найти подходящее помещение.

По данным исследования каталога franshiza.ru, «27% франчайзинговых сетей в России получили господдержку в том или ином виде по разнообразным программам», и чаще всего такими программами выступают региональные. Так, например, на территории Липецкой области и Санкт-Петербурга действуют субсидии для поддержки франшиз, и размер субсидий в первом случае может составлять до 1 млн руб. (предприниматели смогут компенсировать до 70% затрат на франшизу), а во втором — до 700 тыс. руб. (для открытия точек общественного питания на территориях где их не хватает: государство софинансирует часть паушального взноса после заключения договора коммерческой концессии).

3. Стремительное развитие тех сторон бизнеса, которые традиционно считаются франчайзинговыми, а именно: розничная торговля, внутренний туризм, индустрия развлечений и др.

4. Расширение торговых площадей — торговые центры заинтересованы в арендаторах, обладающих известными брендами, так как франшиза раскрученной торговой марки дает возможность предпринимателям занять перспективное помещение в качественном торговом центре.

5. Развитие финансовых инструментов для реализации проектов в рамках франчайзинга — программы кредитования на открытие бизнеса по системе франчайзинга, например, в «Сбербанке», «Райффайзенбанке», «Росбанке» и других банках.

6. Изменение структуры рынка франчайзинга в РФ и рост количества франшиз в сфере услуг и торговли, общественного питания.

7. Инфраструктура, как обеспечивающая консультирование субъектов франчайзинга, так и осуществляющая пропаганду франчайзинга в качестве эффективного метода ведения бизнеса.

В качестве примера организации, работающей по франшизе, была представлена организация ООО «РАЗВИТИЕ РОСТ» — выступает в качестве франчайзи, активно использующего франшизу «Вкусно — и точка».

Оценка эффективности использования франшизы со стороны этой организация позволила сделать следующие выводы:

1. Рост прибыли и выручки, начиная с 2022 г. (рис. 3). В 2023 г. организация получила выручку в сумме 1,8 млрд руб., что на 258 млн руб., или на 16,6% больше, чем годом ранее. Чистая прибыль за 2023 г. составила 129 млн. руб. (+21% за год).

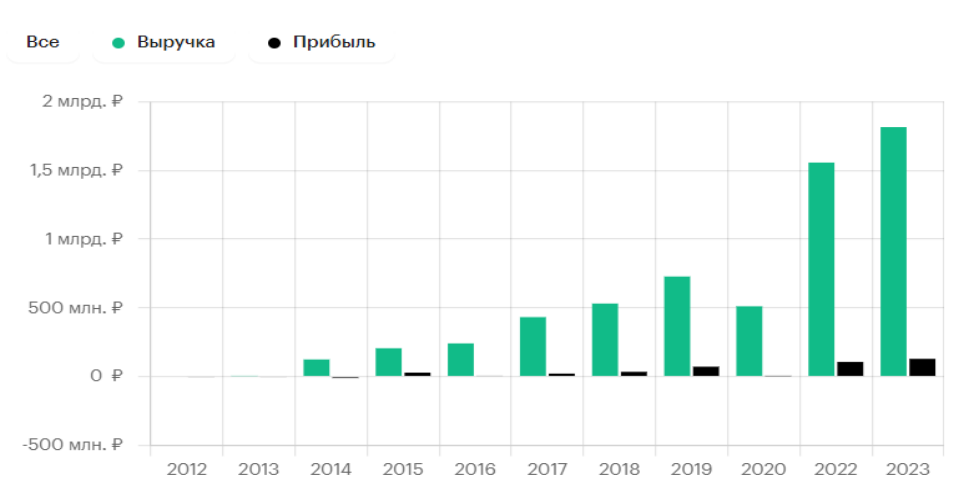


Рисунок 3 — Показатели выручки и прибыли ООО «РАЗВИТИЕ РОСТ» за период с 2013 по 2023 гг.

2. В 2024 г. снова наблюдается увеличение таких показателей как выручка и чистая прибыль. Так, первый составлял 2 млрд руб. и увеличился на то же значение, что и в 2023 г., а второй — 129,6 млрд руб.

3. Динамика общей суммы доходов была в целом стабильной — сумма доходов компании за период с 2021 по 2023 гг. увеличилась на 528 674 тыс. руб. (рис. 4), что в относительном выражении составляет +40,17% в целом за рассматриваемый период или +11,91% в среднем за каждый год рассматриваемого периода.

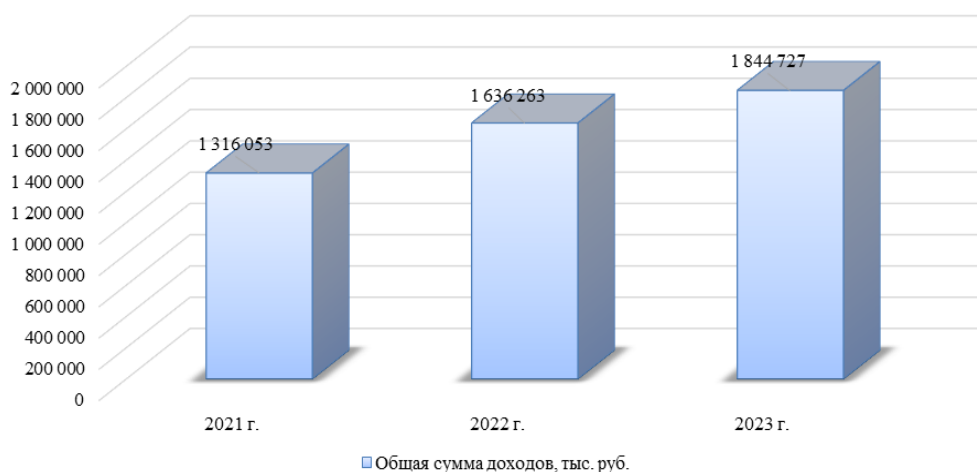


Рисунок 4 — Динамика доходов ООО «РАЗВИТИЕ РОСТ» за период с 2021 по 2023 гг.

Таким образом, ежегодно показатель суммы доходов увеличивался — прирост в 2022 г. +320 210 тыс. руб. или +24,33%, в 2023 г. +208 464 тыс. руб. или +12,74%.

4. Динамика прибыли от продаж была в целом стабильной, ежегодно данный показатель увеличивался — прирост в 2022 г. +113 569 тыс. руб. или +91,58%, в 2023 г. +46 067 тыс. руб. или +19,39% (рис.5).

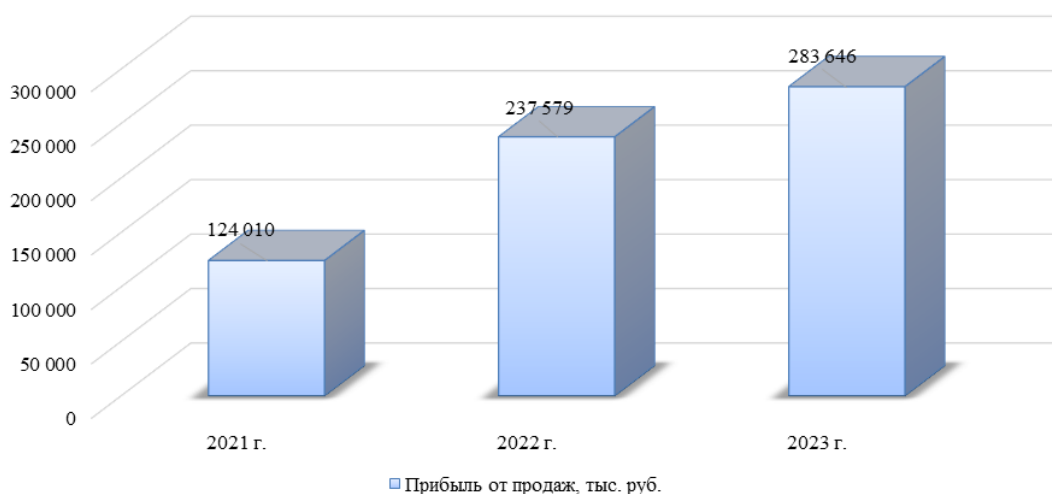


Рисунок 5 – Динамика финансового результата от продаж ООО «РАЗВИТИЕ РОСТ» за период с 2021 по 2023 гг.

5. Сумма расходов компании увеличилась на 403 515 тыс. руб., что в относительном выражении составляет +30,76% в целом за рассматриваемый период или +9,35% в среднем за каждый год рассматриваемого периода (рис. 6).

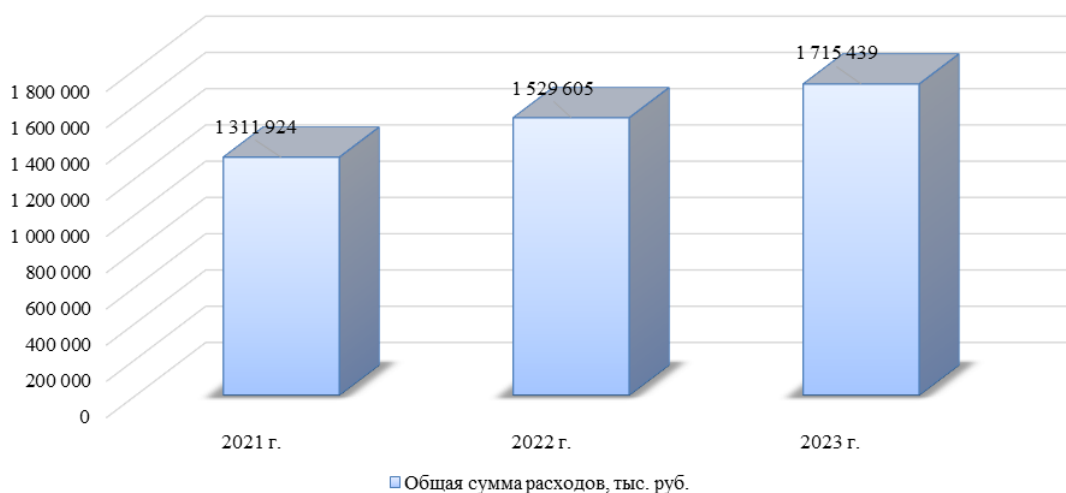


Рисунок 6 — Динамика расходов ООО «РАЗВИТИЕ РОСТ» за период с 2021 по 2023 гг.

Таким образом, динамика общей суммы расходов была в целом стабильной, ежегодно данный показатель увеличивался —прирост в 2022 г. +217 681 тыс. руб. или +16,59%, в 2023 г. +185 834 тыс. руб. или +12,15%.

В течение анализируемого периода увеличение общей суммы расходов оказало негативное влияние на величину финансового результата компании.

Суммируя результаты анализа, следует сделать вывод, что отдельные рассмотренные показатели, свидетельствующие о состоянии внутрибалансовых связей, на протяжении 2021-2023 гг., не выполнялись, например, негативное влияние на величину финансового результата компании оказало увеличение суммы расходов), что негативно характеризует финансовое состояние организации. При этом динамика соотношений рассмотренных показателей была в целом положительной.

В рамках такого показателя как эффективность деятельности внимание следует обратить на отдельные коэффициенты (табл. 1).

Таблица 1 — Отдельные коэффициенты, характеризующие деятельность ООО «РАЗВИТИЕ РОСТ» как коммерческой организации, за 2023 г.

Коэффициент	Характеристика и значение
Рентабельность продаж	По данным 2023 г. она составляет 15,6%, что на 0,3% выше по сравнению с предыдущим годом
Норма чистой прибыли	По данным 2023 г. она составляла 6,8%
Рентабельность активов	По данным 2023 г. она составляет 11,3%, что на 0,9% выше по сравнению с предыдущим годом

Таким образом, финансовое состояние ООО «РАЗВИТИЕ РОСТ» позволяет утверждать об эффективности использования франшизы «Вкусно — и точка», поскольку рентабельность продаж выше, чем у большинства аналогичных организаций, а показатель нормы чистой прибыли у ООО «РАЗВИТИЕ РОСТ» выше, чем у большинства аналогичных организаций. Наблюдается ежегодное увеличение прибыли и чистой выручки. При этом отмечается рост размера расходов на ежедневной основе, что оказывает негативное влияние на величину финансового результата компании и требует тщательного анализа.

Анализ современной ситуации позволяет сделать вывод о том, что на территории РФ франчайзинг развивается, но не так стремительно, как это присуще отдельным зарубежным государствам, что обосновывается наличием различных трудностей, факторов, правовых пробелов и рисков.

Заключение. Итак, франчайзинг зарекомендовал себя во всем мире как прогрессивная модель организации бизнеса, которая предполагает длительные и стабильные отношения партнеров, что в свою очередь позволяет обеспечить предсказуемость развития системы и дает возможность установления перспективных связей. При этом, стоит отметить неактивное применение франчайзинга на региональном уровне несмотря на поддержку со стороны соответствующих органов власти, что обусловлено такими аспектами как тенденция быстрого развития регионов, которые инвестиционно более привлекательны и в которых существует большое количество свободных ниш на рынке в отдельных сферах бизнеса, например, в розничной торговле. В

маленьких городах использовать франчайзинговые модели практически невозможно, поскольку они удалены от крупных экономических центров страны. Кроме того, наблюдается малочисленность населения, низкий уровень жизни, в связи с чем маленькие города оцениваются как непривлекательные для инвесторов, которые хотели бы вложить свои финансы в данное направление. Таким образом, развитие франчайзинга на территориях России происходит неравномерно.

Существуют и конкретные сдерживающие факторы развития франчайзинга в малом бизнесе в России:

1. Правовые факторы, например, отсутствие понятия франчайзинга на законодательном уровне, определений «франшиза», «франчайзи», «франчайзер», недостаточная ясность в законодательстве относительно прав и обязанностей сторон, что выступает преградой для расширения сети франчайзинговых предприятий. Особо актуальным вопросом является отождествление франчайзинга с коммерческой концессией, поскольку договор франчайзинга, как самостоятельный договор отсутствует. В результате проведенного исследования, а также подробного анализа ст. 1027 ГК РФ и анализа различных научных точек зрения по данному вопросу, было установлено, что в область регулирования договором коммерческой концессии входит более узкий круг отношений, следовательно, договор франчайзинг является более широкой договорной конструкцией и должен быть выделен в самостоятельный вид договора. Кроме того, на уровне российского законодательства по сравнению с иными странами отсутствуют нормы, которые регулировали бы преддоговорной этап франчайзинговых отношений между сторонами.

2. Экономические факторы, среди которых: экономическая нестабильность в стране; постоянные скачки в развитии экономики, что приводит к резким колебаниям спроса на все виды товаров и не может не задевать франчайзинг; переделы рынков, причем очень часто нерыночными методами, что может снижать эффективность франчайзинговых систем.

Большая часть потенциальных франчайзи характеризуется отсутствием необходимого стартового капитала для построения франчайзинговых отношений, в связи с чем они пытаются получить кредиты, однако, и здесь сталкиваются с определёнными трудностями — высокие ставки по кредитам, в связи с которыми для франчайзи трудно получить стартовый капитал, риск возврата кредита с учетом всех регулярных платежей и действующими процентными ставками. Чаще всего срок предоставления кредита составляет до года, и за этот период франчайзи не успевают развивать франчайзинговые системы и не могут справляться и с кредитными обязательствами.

3. Организационные факторы, например, длительная процедура регистрации в Роспатенте, которая может занимать от нескольких месяцев до года. До тех пор, пока договора официально не зарегистрирован, он является ничтожным, следовательно, не даёт никаких гарантий для сторон франчайзинговых отношений.

4. Социально-психологические факторы, среди которых отсутствие предпринимательской жилки, делания иметь и развивать собственное дело; отсутствие нужного уровня подготовки у франчайзи для развития бизнеса по франчайзинговой системе; отсутствие необходимого опыта, хотя построение бизнеса в рамках франчайзинга, наоборот, позволяет получить тот опыт, который франчайзи чаще всего не сможет «накопить» самостоятельно.

5. Образовательные, а именно слабая подготовка предпринимателей в вопросах использования франчайзинга и его понимания.

Помимо них нельзя не выделить определённые риски, присущие франчайзингу как инвестиционному проекту (табл. 2).

Таблица 2 — Риски, присущие франчайзингу на территории РФ

Категория рисков	Риски
Рыночные	Связаны с возможностью изменения рыночной конъюнктуры и, как следствие, спроса на товары франчайзера и франчайзи, что грозит потерей выручки
Операционные	Связаны со сбоями в реализации внутренних бизнес-процессов. Это могут быть ошибки персонала, отказ программного обеспечения и др.
Кредитные	Связаны с неполучением причитающихся оплат

Предпринимательские риски	Связаны с принятием неверных стратегических управленческих решений
Договорные	1. Риск неверного выбора договора, поскольку отношения франчайзинга в РФ не регламентируются государством. 2. Риск непродуманного подхода к содержанию договора: прав, обязанностей, ответственности, сроков, ограничений с учетом специфики франчайзинга, поскольку может не хватить квалификации, опыта, иметь место обычная невнимательность, например, стороны не предусмотрели в договоре запрет на занятие пользователем конкурирующей деятельностью в течении определенного срока после расторжения договора и т.п.
Риски, с которыми сталкиваются франчайзеры	1. Угроза для репутации, в случае невыполнения франчайзи условий договора, несоблюдение стандартов и инструкций. 2. Соккрытие франчайзи полной или предоставление неточной информации о рынке сбыта и регионе. 3. Несоблюдение договорных условий, отказ от выплаты роялти или неполная его оплата. 4. Недобросовестное использование торговой марки и фирменного стиля в случае расторжения франчайзингового договора. 5. Соккрытие прибыли франчайзи.
Риски, с которыми сталкиваются франчайзи	1. Недостаточная проработка стандартов ведения бизнеса и технологий франчайзером. 2. Неверная оценка франчайзером возможностей рынка, как следствие отсутствие сбыта. 3. Досрочное прекращение франчайзингового договора без существенных нарушений со стороны франчайзи. 4. Отсутствие предварительной информации о финансовом положении компании, а также других данных до момента приобретения франшизы. 5. Нехватка средств на поддержание и развитие бизнеса.

По итогу проведенного исследования были сформулированы отдельные рекомендации, направленные на повышение показателей эффективности развития франчайзинга в малом бизнесе России:

1. Проработка действующего законодательства посредством принятия отдельного НПА, посвящённого исключительно франчайзингу, а именно ФЗ «О франчайзинге в Российской Федерации». Данный ФЗ должен содержать в себе понятие франчайзинга, его виды, раскрывать определение франшизы, «роялти», «паушального взноса», франчайзера и франчайзи, закреплять их права, обязанности и ответственность. Так, следует закрепить обязанность франчайзера относительно раскрытия достоверной информации о своём бизнесе — конкретных сведений и данных, которые касаются финансового

положения франчайзера, а также сети, входящих в нее компаний, финансовых условий договора, информации о франшизе и т.п. Целесообразно перенять практику Франции в отношении установления разумного срока для ознакомления потенциального франчайзи с информацией о франшизе и принятия им итогового решения относительно подписания договора франчайзинга. Таким образом будет нормативно урегулирован преддоговорной этап франчайзинговых отношений, что позволит сформировать доверительные отношения между их сторонами и сделать франчайзи верный выбор.

2. Включение системы развития франчайзинга в правительственную программу поддержки малого предпринимательства, что позволит увеличить государственную поддержку в области кредитования, финансирования, консультирования.

3. Введение общественного контроля относительно проверки сроков предоставления и объемов дотаций и преференций по программам развития франчайзинга посредством создания на федеральном уровне отдельного общественного органа, в составе которого будут представители РАФ. Данный орган должен осуществлять контроль за расходованием средств, выделяемых с целью финансирования паушального взноса, оборотного капитала и покупки оборудования.

4. Упрощение процедур налогообложения франчайзи и системы бухгалтерского учёта, предоставление налоговых льгот для франчайзи, особенно на начальном этапе развития франчайзинговой системы.

5. Расширение доступа субъектов франчайзинга к кредитным и финансовым ресурсам, например, к долгосрочным кредитам, или создание специальных кредитных продуктов для франчайзинга, может позволить франчайзинговой системе России выйти на новый уровень.

6. Сокращение сроков государственной регистрации договоров на предоставление франшиз и введение порядка проверки франчайзи административными органами.