

## Секция «1. Перспективы развития современной финансовой системы»

### Анализ и перспективы развития франчайзинговых услуг в России

*Василькина Анастасия Сергеевна*

*Студент*

*Финансовый университет при Правительстве РФ, Факультет менеджмента,  
Москва, Россия*

*E-mail: vasilkina-stasya@yandex.ru*

*Научный руководитель*

*к. э. н. Захаренко Ирина Кимовна*

Условия современного рынка таковы, что малый и крупный бизнес не могут существовать обособленно. В первую очередь взаимосвязь наблюдается в том, что крупный бизнес поддерживает стабильность рынка, а малый и средний его гибкость и быстроту реакции на изменение вкусов потребителя. Существует своеобразная форма сотрудничества крупного, малого и среднего бизнеса – франчайзинг. «Франчайзинг – смешанная форма крупного и мелкого предпринимательства, при которой крупные корпорации, «родительские» компании (франчайзеры) заключают договор с мелкими фирмами, «дочерними» компаниями, бизнесменами (франчайзи) на право, привилегию действовать от имени франчайзера. При этом мелкая фирма обязана осуществлять свой бизнес только в форме, предписанной большой фирмой, в течение определенного времени и в определенном месте. В свою очередь франчайзер обязуется снабжать франчайзи товарами, технологией, оказывать всяческое содействие в бизнесе»[1]. С юридической стороны отношения между франчайзи и франчайзером регулируются договором коммерческой концессии (ГК РФ, ч. 2, гл. 54).

Франчайзинг не так давно стал формой сотрудничества между малым и крупным бизнесом в России, но каковы же перспективы развития данной области и какие результаты имеются на данном этапе развития такой модели сотрудничества.

Первыми компаниями, продавшими свою франшизу в Россию, были: «Baskin Robbins» и «McDonalds», однако широкое распространение такая форма предпринимательства в России получила лишь в последние годы. Тем не менее, прослеживается ярко выраженная положительная динамика прироста количества точек, работающих по системе франчайзинга. На российском рынке преобладают франшизы отечественных компаний. Наиболее популярными направлениями во франчайзинге на территории России являются: сети быстрого питания, продуктовые супермаркеты, одежда и обувь (Sela – 435 магазинов, 327 – франчайзинговых; Melon Fashion group - 490 магазинов, 119 франчайзинговых), сети автозаправочных станций.

[2]

Франчайзинг является отличной основой для расширения бизнеса и распространения его на всей территории страны. Поэтому самые крупные российские компании по объему выручки в год[3] (доля участия в капитале которых государства и иностранных совладельцев не более 50%) активно используют систему франчайзинга. К таким компаниям относятся: Лукойл(3617,9 млрд. руб.), Сургутнефтегаз(849,6 млрд. руб.), Х5 Retail Group(491,4млрд. руб.), Магнит(448,7 млрд. руб.), Татнефть(444,1 млрд. руб.). На

основе данных об этих организациях, которые составляют значительную долю рынка в своих отраслях, можно сделать вывод об общих тенденциях и перспективах развития рынка франчайзинговых услуг в России. Деятельность вышеперечисленных компаний в сфере франчайзинга, динамика количества точек, осуществляющих свою деятельность на условиях франчайзинга, будет рассмотрена в рамках данной работы. Необходимо заметить, что X5 Retail Group осуществляет свою деятельность на условиях предоставления услуг обратного франчайзинга. «Обратный франчайзинг – взаимовыгодные партнерские отношения, построенные на основе договора коммерческой концессии и агентского договора и нацеленные на долгосрочное стабильное развитие. По своей сути обратный франчайзинг заключается в передаче Партнеру (Франчайзи X5 Retail Group) технологий ведения розничного бизнеса с оказанием полного спектра услуг по обеспечению эффективного функционирования торгового объекта в составе розничной сети магазинов X5 Retail Group.»[4]

Подводя итог, можно сделать вывод, что темпы роста рынка франчайзинга в России могут быть еще выше, если свести к минимуму сдерживающие факторы, такие как: экономические, социально-психологические, организационно-правовые и образовательные. Несомненно, решение лишь той или иной проблемы не приведет к значительному улучшению, следовательно, должен быть применен комплексный подход. Проведенное исследование показало, что развитие франчайзинга не находит необходимой поддержки на государственном уровне, что так же является фактором, замедляющим рост. В частности определенная бумажная волокита, которая появляется вследствие необходимости регистрации и официального оформления в Роспатенте (согласно ГК РФ от 26.01.1996 N 14-ФЗ - Часть 2 глава 54) так же затрудняет процесс покупки франшизы. Еще одной проблемой в данной сфере является сложно доступность финансовых средств на приобретение франшизы. В большинстве коммерческих банков отсутствуют комплексные системы обслуживания франчайзинга, кроме того, отсутствует и заинтересованность банков в разработке подобных схем обслуживания.

В заключении необходимо отметить, что франчайзинг коммерчески интересен и выгоден как крупным, так и мелким предпринимателям. И имеет значительные перспективы развития в России, как при распространении франшиз отечественных корпораций, так и иностранных компаний.

[1]Анатолий Архипов Экономический словарь //2006 г с 493

[2] Источник ТПП 2010 год

[3] 200 крупнейших частных компаний России — 2013// Forbes //26.09.2013

[4] Официальный сайт X5 Retail Group <http://www.x5.ru/ru/partners/franchise/>

## Литература

1. 1. Гражданский кодекс РФ
2. 2. Торгово-промышленная палата РФ
3. 3. Анатолий Архипов Экономический словарь //2006 г
4. 4. Устюжанин А.А. Зарубежный опыт и российская практика развития франчайзинга. Автореферат

5. 5. 200 крупнейших частных компаний России — 2013 // Forbes // 26.09.2013

### Слова благодарности

Выражаю свою благодарность кандидату экономических наук, доценту Захаренко Ирине Кимовне за помощь в подготовке работы

### Иллюстрации



Рис. 1: Структура российского франчайзинга