

УДК 339.187.44

Д.М. ШАКИРОВА,
доцент, кандидат социологических наук
Казанский государственный энергетический университет

А.О. ГАРАНИНА,
студент
Казанский государственный энергетический университет

К.С. МОИСЕЕВА,
студент
Казанский государственный энергетический университет

Ю.Ф. САБИРОВА,
студент
Казанский государственный энергетический университет

Д.А. ШАПОВАЛ,
студент
Казанский государственный энергетический университет

А.Ю. СОБОЛЕВА,
студент
Казанский государственный энергетический университет

ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РОССИИ

Аннотация. На сегодняшний день франчайзинг является одной из самых выгодных форм ведения предпринимательской деятельности, как в России, так и в зарубежных странах. Он успешно используется в построении малого бизнеса и помогает расширять его до международных масштабов. Многие известные фирмы построены на франчайзинговых схемах, но не всем известно как устроена франшиза, в чем заключаются условия договора и какие возможности он дает. Франчайзинг имеет множество особенностей, которые отличают его от других видов предпринимательской деятельности. Как и любая система, он имеет свои преимущества, благодаря которым грамотное использование такой системы позволяет добиться высоких результатов, но в том числе имеет ряд недостатков. В статье рассмотрены также основные направления франчайзинга и сферы его развития в России, рассмотрен правовой аспект заключения договора в российском законодательстве, по которому регулируются отношения между продавцом и покупателем франшизы. На примере показаны результаты успешной реализации франчайзинга в нашей стране. Тем не менее франчайзинг пока не получил достаточного распространения в России, поскольку имеется множество сдерживающих факторов для его масштабного развития.

Ключевые слова: франчайзинг; тенденции; проблемы развития; развитие в России; сферы развития, коммерческая концессия.

В условиях современной экономики получило распространение такое направление предпринимательской деятельности, как франчайзинг, которое зародилось в XIX в. в Соединенных Штатах Америки. Основоположником был Исаак Зингер – основатель компании по производству швейных машин. В России фран-

шизу начал развивать Владимир Довгань в конце XX в. [4]

Франчайзинг, как определенный тип организации предпринимательства, включает в себя создание широких сетей предприятий, объединенных единой торговой маркой, маркетинговыми материалами, одинаковыми условиями,

методами и формами продаж товаров и услуг [10]. Франчайзинг играет важную роль в экономике и может стать преобладающей формой розничной торговли.

В современной экономике франчайзинг предполагает взаимовыгодные партнерские отношения между рыночными субъектами, в которых продавец (франчайзер) предоставляет покупателю (франчайзи) конкретный вид бизнеса (франшизу). Такие отношения, как правило, закреплены правовыми и финансовыми нормами. Данный вопрос решается во многих странах с помощью Ассоциаций и Федераций, целью создания которых является урегулирование отношений, защита интересов компаний, занимающихся франчайзингом [9].

Другими словами, это фирмы, имеющие ярко выраженную репутацию, распространенные в стране или в мире, запатентованные на рынке, осуществляющие передачу другой фирме или частному предпринимателю уже разработанного бизнес плана, который будет содействовать росту и гарантированному закреплению на рынке товаров и услуг [15]. При этом сторона, предоставляющая франшизу, обязана содействовать становлению бизнеса, а также обеспечивать техническую, консультативную и другие виды помощи.

Франчайзинг в России

На данный момент франчайзинг широко используется в зарубежных странах и стал очень привлекательной коммерческой и договорной моделью в России, поскольку даже абсолютный новичок в этой сфере, имеющий желание открыть свой бизнес, сможет реализовать свои планы с минимальным риском. В нашей стране франчайзинг начал свое развитие в сфере быстрого питания, так как сфера быстрого приготовления еды становится все более популярной [14]. Франчайзинг в России пока не получил широкого распространения, но потенциал для его реализации достаточно широк.

Франчайзинг выбирают, потому что он имеет ряд преимуществ:

1. Известный бренд может привести к высоким результатам. Работа под известным брендом, например, таким как McDonalds, имеет очевидные преимущества для франчай-

зи. В первую очередь это финансирование от крупной корпорации и следование проверенному формату, что гарантирует дополнительную безопасность для компании. Также это экономия времени и энергии на рекламу. Наличие устоявшегося рынка, проверенных систем и зарекомендовавшего себя бренда означает, что уже в самом начале своей работы не нужно прилагать усилия для того, чтобы зарекомендовать себя на рынке.

2. Помощь и поддержка со стороны франчайзера.

Покупателю франшизы будет предложена как финансовая помощь, так и помощь по ведению данного бизнеса в целом. Также многие франчайзеры помогают удержать клиентскую базу.

3. Определенная территория.

Британская ассоциация франчайзинга (BFA) называет это одной из главных причин, делающих франчайзинг привлекательным вариантом. Франчайзеры тщательно выбирают расположение своих торговых точек, чтобы получить как можно больше клиентов.

Кроме того, в отличие от запуска бизнеса с нуля, многие франчайзеры могут позволить себе первоклассные торговые помещения.

4. Расширение доступа к финансированию.

К франчайзи относятся более благосклонно, когда речь идет о банковских кредитах и овердрафтах, чем к предпринимателям, которые начинают строить свой бизнес с нуля. Надежность крупной фирмы, означает, что банки часто будут предлагать кредиты на достаточно большую сумму, чтобы помочь стартовым затратам [7, 12, 13].

Но, как и у любой системы, у Франчайзинга есть свои минусы.

1. Возможность наличия высоких стартовых затрат.

Открытие франшизы может быть дороже, чем начало собственного малого бизнеса. Поэтому следует заранее проводить сравнительный анализ затрат.

2. Меньшая гибкость.

Франчайзи должен соблюдать правила франчайзера и соблюдать условия лицензионного соглашения. Он не может поменять сам производимый продукт, логотип и униформу,

которую носит персонал. С франшизой меньше возможностей для инноваций и персонализации бизнеса.

3. Отсутствие реального контроля над франшизой.

Это означает, что, даже управляя прибыльной торговой точкой, можно потерять все, если франчайзер примет некорректные или невыгодные деловые решения и фирма потерпит неудачу.

4. Снижение конкурентоспособности.

Франчайзи выигрывают от признания бренда компании, чью франшизу они покупают, но они также уязвимы, если клиент отвернется от этого бренда, поскольку на рынок из года в год выходят новые современные компании, которые могут стать более востребованными.

5. Работа, требующая больших усилий.

Внедрение стандартных методов работы вашего франчайзера, а затем их совершенствование – это огромная задача, требующая самоотверженности, большого труда и экономической поддержки [7, 12, 13].

Ежегодно число франчайзеров в России стремительно растет, в среднем увеличивается на 22,75 %, а число объектов франчайзинга на 35,3 % [2]. В том числе в России представлены и мировые франшизы: среди них Subway, McDonald's, Pizza Hut и другие.

В качестве примера одной из крупнейших и успешных франшиз, созданной в России, является «Додо пицца». На 2021 г. открыто 695 пиццерий в 14 странах на 3 континентах.

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 2020 г. выручка сети составила 22 323 664 769 руб. [6] Этот пример хорошо показывает, что благодаря франчайзингу из не очень большой сети пиццерий можно сделать мировой бренд.

Наша страна уверенно поднимается в общемировом рейтинге, и это связано с тем, что мы стали развивать те сферы бизнеса, которые традиционно считаются ориентированными на франчайзинг. Такими сферами являются ре-

стораны и кафе, отели и отдых, магазины розничной торговли, медицинские службы и клиники, информационные технологии и онлайн сервисы [5, 17]. Во всем мире лидирующее место в сфере франчайзинга занимает фаст-фуд, а у нас популярность смещается в сторону предприятий розничной торговли, питания и бытового обслуживания [3]. Но тем не менее существуют некоторые причины, которые сдерживают развитие франчайзинга в России:

1. Нестабильная ситуация в российской экономике;

2. Отсутствие существенного стартового капитала у многих предпринимателей;

3. Недостаточная государственная поддержка малого бизнеса;

4. Неполная проработка действующего российского законодательства по защите интеллектуальной собственности;

5. Недостаточный объем знаний у предпринимателей малого бизнеса в сфере франчайзинга [8].

Еще одним сдерживающим фактором является то, что в российском законодательстве как таковое понятие франчайзинга отсутствует. Правоотношения франчайзера и франчайзи регулируются в Российской Федерации главой 54 ГК РФ «Коммерческая концессия», положения которой по содержанию наиболее близки к договору франчайзинга в международном праве [1]. Договор коммерческой концессии хоть и близок по своей сути к франчайзингу, но все же имеет отличия. Франчайзинг предполагает более тесное взаимодействие продавца и покупателя, поскольку франчайзер сопровождает франчайзи во всех аспектах ведения бизнеса, контролируя его действия [16, 18].

Одним из недостатков договора Коммерческой концессии является то, что одна из сторон может его расторгнуть, уведомив другую сторону за полгода без объяснения причин расторжения. В этом случае франчайзи понесет огромные убытки, включая средства, инвестированные в этот бизнес [11].

Вывод

На основании рассмотренных данных можно сделать вывод о том, что франчайзинг является достаточно выгодной формой ведения

бизнеса как для франчайзи, так и для франчайзера, хоть и имеет некоторые недостатки. 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.

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.

Литература

1. Анохин С.А. Сущность франчайзинга и специфика его правового регулирования в России // Юридические науки. – 2020. – С. 152–154.
2. Боркова Е.А., Якубович А.И., Нефедова С.А., Маначинский Г.В. Оценка уровня развития франчайзинга в Российской Федерации // Бизнес. Образование. Право. – 2019. – № 3(48). – С. 92–97.
3. Бурчакова М.А., Николенко А.С. Анализ состояния и эволюция франчайзинга в РФ и развитых зарубежных странах // Проблемы науки. – 2017. – № 2(15). – С. 48–51.
4. Зимина Л.Ю. Организация бизнеса на основе франчайзинга: учебное пособие. – Ульяновск, 2009. – С. 2–7.
5. Нуретдинова Ю.В., Куприянова Д.О., Бурмистрова А.А. Перспектива развития франчайзинга в России в условиях экономической нестабильности // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. – Том 5, часть 2. – С. 170–173.
6. Официальный сайты франчайзинга «Додо пицца». – URL: <https://www.dodofranchise.ru/> (дата обращения: 02.04.2021).
7. Панюкова В.В. Преимущества и недостатки применения франчайзинга для Российских предпринимателей // Журнал «Маркетинг в России и за рубежом». – 2004.
8. Сопина Н.В., Махматов А.И. Перспективы развития франчайзинга в России // Международный научный журнал «Молодой ученый» № 35(325). – 2020. – С. 68–70.
9. Филина Ф.Н. Франчайзинг: правовые основы деятельности: учебное пособие. – Гросс-медиа, 2008. – 66с.
10. Франчайзинг как форма начала бизнеса. Пособие для начинающих предпринимателей. – 2019. – 10 с.
11. Черепанова Е.А. Франчайзинг в России: правовой аспект. – Екатеринбург, 2005. – 176 с.
12. Adeiza A., Malek M.A., Ismail N.A.1, Moon B.Y., Harif M.A.A.M. Franchisors' support services and their consequences: resource-based view and expectation-confirmation perspectives. – 2017. – Vol. 15, No. 9. – P. 37–52.
13. Amelia Josephson. The Pros and Cons of Franchising. – URL: <https://smartasset.com/career/the-pros-and-cons-of-franchising/> (дата обращения: 15.03.2021).
14. Anna Dorozhkina. Franchising As a Key To Success. The Russian Way. – URL: http://www.russiaic.com/business_law/in_depth/1686#.YHXDvlsmxPY/ (дата обращения: 16.03.2021).
15. Gillis W.E., Combs J.G., Yin X. Franchise management capabilities and franchisor performance under alternative franchise ownership strategies // Journal of business venturing. – 2020. – Vol. 35, Issue 1. – 105899 p.
16. Musabirova D.A., Yushchenko N.A. Comparative legal characteristics of franchising institute in Russia and abroad // Journal of legal, ethical and regulatory issues. – 2016. – Vol. 19. – P. 63–68.
17. Polozhentseva Y., Klevtsova M., Ershova I., Klevtsov S. Investigation of the opportunities of business differentiation and economic development of the territories implementing franchise // Asian social science. – 2015. – P. 38–45.
18. Sklyarenko R.P. Transfer of service technologies under franchise agreement // Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems. – 2020. – Vol. 12, Issue 5. – P. 1232–1237.

Информация об авторах

Шакирова Динара Марселевна, доцент, кандидат социологических наук, Казанский государственный энергетический университет, г. Казань.

E-mail: dinara.mm@yandex.ru

Гаранина Ангелина Олеговна, студентка, Казанский государственный энергетический университет, г. Казань.

E-mail: angelina.garanina73.73@gmail.com

Моисеева Ксения Сергеевна, студентка, Казанский государственный энергетический университет, г. Казань.

E-mail: ksyashamoiseeva@gmail.com

Сабирова Юлия Фанисовна, студентка, Казанский государственный энергетический университет, г. Казань.

E-mail: julia.sabirova01@list.ru

Шаповал Дарья Александровна, студентка, Казанский государственный энергетический университет, г. Казань.

E-mail: dar.shapoval2017@yandex.ru

Соболева Алина Юрьевна, студентка, Казанский государственный энергетический университет, г. Казань.

E-mail: Alinochka.Soboleva.AS@gmail.com

D.M. SHAKIROVA,

*PhD in Sociology, Associate Professor
Kazan State Power Engineering University*

A.O. GARANINA,

*student
Kazan State Power Engineering University*

K.S. MOISEEVA,

*student
Kazan State Power Engineering University*

YU.F. SABIROVA,

*student
Kazan State Power Engineering University*

D.A. SHAPOVAL,

*student
Kazan State Power Engineering University*

A.YU. SOBOLEVA,

*student
Kazan State Power Engineering University*

TRENDS AND PROBLEMS OF FRANCHISING DEVELOPMENT IN RUSSIA

Abstract. Today franchising is one of the most profitable forms of doing business both in Russia and in foreign countries. It is successfully used in small business development and helps to extend it to the international scale. Many well-known companies are built on franchise schemes, but not everyone knows how a franchise is tripled, what the contract conditions are and what opportunities it gives. Franchising has many features that distinguish it from other types of entrepreneurial activity. Like any system it has its advantages, due to which the competent use of such system allows achieving high results, but also has a number of disadvantages. The article also examines

the main areas of franchising and the scope of its development in Russia, the legal aspect of the contract in the Russian legislation, which regulates the relationship between the seller and the buyer of the franchise. The example shows the results of successful franchising in our country. Nevertheless, franchising has not yet gained sufficient popularity in Russia, because there are many limiting factors for its sufficient development.

Keywords: franchising; trends; problems of development; development in Russia; areas of development, commercial concession.

References

1. *Anokhin S.A.* The essence of franchising and the specifics of its legal regulation in Russia // *Legal sciences*. 2020. – P. 152–154.
2. *Borkova E.A., Yakubovich A.I., Nefedova S.A., Manachinsky G.V.* Assessment of the level of development of franchising in the Russian Federation // *Business. Education. Right*. 2019. – No. 3 (48). – P. 92–97.
3. *Burchakova M.A., Nikolenko A.S.* Analysis of the state and evolution of franchising in the Russian Federation and developed foreign countries // *Problems of science*. – 2017. – No. 2 (15). – P. 48–51.
4. *Zimina L.Yu.* Organization of business on the basis of franchising: study guide. – Ulyanovsk, 2009. – P. 2–7.
5. *Nuretdinova Yu.V., Kupriyanova D.O., Burmistrova A.A.* Prospects for the development of franchising in Russia in the conditions of economic instability // *International Journal of Humanities and Natural Sciences*. – Vol. 5, part 2. – P. 170–173.
6. Official websites of the Dodo Pizza franchise. – URL: <https://www.dodofranchise.ru/> (date accessed: 02.04.2021).
7. *Panyukova V.V.* Advantages and disadvantages of using franchising for Russian entrepreneurs // *Journal “Marketing in Russia and abroad”*. – 2004.
8. *Sopina N.V., Makhmutov A.I.* Prospects for the development of franchising in Russia // *International Scientific Journal “Young Scientist”*. – No. 35 (325). – 2020. – P. 68–70.
9. *Filina F.N.* Franchising: legal bases of activity // *Training manual*. – 2008. – 66 p.
10. Franchising as a form of starting a business. A guide for beginning entrepreneurs. – 2019. – 10 p.
11. *Cherepanova E. A.* Franchising in Russia: a legal aspect. – Yekaterinburg, 2005. – 176 p.
12. *Adeiza A., Malek M.A., Ismail N.A.I., Moon B.Y., Harif M.A.A.M.* Franchisors’ support services and their consequences: resource-based view and expectation-confirmation perspectives. – 2017. – Vol. 15, No. 9. – P. 37–52.
13. *Amelia Josephson.* The Pros and Cons of Franchising. – URL: <https://smartasset.com/career/the-pros-and-cons-of-franchising/> (date accessed: 15.03.2021).
14. *Anna Dorozhkina.* Franchising As a Key To Success. The Russian Way. – URL: http://www.russiaic.com/business_law/in_depth/1686#.YHXDvlsmxPY/ (date accessed: 16.03.2021).
15. *Gillis W.E., Combs J.G., Yin X.* Franchise management capabilities and franchisor performance under alternative franchise ownership strategies // *Journal of business venturing*. – 2020. – Vol. 35, Issue 1. – 105899 p.
16. *Musabirova D.A., Yushchenko N.A.* Comparative legal characteristics of franchising institute in Russia and abroad // *Journal of legal, ethical and regulatory issues*. – 2016. – Vol. 19. – P. 63–68.
17. *Polozhentseva Y., Klevtsova M., Ershova I., Klevtsov S.* Investigation of the opportunities of business differentiation and economic development of the territories implementing franchise // *Asian social science*. – 2015. – P. 38–45.
18. *Sklyarenko R.P.* Transfer of service technologies under franchise agreement // *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*. – 2020. – Vol. 12, Issue 5. – P. 1232–1237.