**В журнал «Экономика и предпринимательство»**

**Авторская анкета**

|  |
| --- |
| Информация об авторе и публикации |
|  | На русском языке | На английском языке |
| Фамилия | Бунич | Bunich |
| Имя | Галина | Galina |
| Отчество | Алексеевна | Alexeevna |
| Ученая степень | Доктор экономических наук | Doctor of economics |
| Ученое звание | Профессор | Professor |
| Место работы | Финансово-технологическая академия | The Finance and Technology Academy |
| Должность | Профессор кафедры финансов и экономического анализа | Professor of the Department of Finance and Economic Analysis |
| Телефон рабочий |  | Не заполнять |
| Телефон домашний | 8(495)474-38-06 | Не заполнять |
| Телефон сотовый | 8-925 05 288 76 | Не заполнять |
| Адрес места работы |  | Не заполнять |
| Адрес домашний (для отправки журнала) с ИНДЕКСОМ | 129336, г. Москва, ул. Малыгина, дом 10, кор. 2, кв. 153 | Не заполнять |
| Место соискательства(только при подготовке диссертации в качестве соискателя) |  | Не заполнять |
| E-mail | Bunich-ga@yandex.ru | Не заполнять |
| Название статьи | Тенденции развития франчайзинга | Trends in the development of franchising |
| Аннотация |  Возникший на рубеже 19 – 20 веков, фрначайзинг как финансовый инструмент управления бизнеса внедрился в экономику России в конце 20 века.Франчайзинг сегодня представляет собой способ организации бизнеса, при котором компания-правообладатель передает в аренду другим компаниям свои нематериальные активы для использования в хозяйственной деятельности. Россия за последние годы стала одним из мировых лидеров по темпам роста франчайзинга. Франчайзинг сегодня используется более, чем в 70 отраслях экономики.Проведенный анализ свидетельствует о плюсах и минусах франчайзинга как бизнес-механизма. Однако, как свидетельствуют данные международной статистики, процесс развития франчайзинга высоко динамичен. Развитие современных видов и инструментов бизнеса в условиях экономической глобализации, является объективным процессом. | Appeared on the turn of the 19th - 20th centuries, as a financial instrument frnachayzing business management infiltrated the Russian economy in the late 20th century.Franchising today is a method of business organization in which company - holder transfers to other companies rent their intangible assets for use in economic activities.         Russia in recent years has become one of the world leaders in terms of growth of franchising.      Franchising is now used in more than 70 industries.The analysis shows the pros and cons of franchising as a business mechanism. However, as evidenced by the international statistics, the development of franchising is highly dynamic. Species and the development of modern business tools in the context of economic globalization is an objective process. |
| Ключевые слова | франчайзинг, франчайзер, франшиза, франчайзи, бренд, торговая марка, сеть. | franchising, the franchisor, franchise, franchisee, brand, trademark, network. |

**Бунич Г.А.**

д-р экон.наук, проф. кафедры финансов и экономического анализа Финансово-технологической академии

**Тенденции развития франчайзинга**

**Аннотация**

 Возникший на рубеже 19 – 20 веков, фрначайзинг как финансовый инструмент управления бизнеса внедрился в экономику России в конце 20 века.

Франчайзинг сегодня представляет собой способ организации бизнеса, при котором компания-правообладатель передает в аренду другим компаниям свои нематериальные активы для использования в хозяйственной деятельности.

 Россия за последние годы стала одним из мировых лидеров по темпам роста франчайзинга.

 Франчайзинг сегодня используется более, чем в 70 отраслях экономики.

Проведенный анализ свидетельствует о плюсах и минусах франчайзинга как бизнес-механизма. Однако, как свидетельствуют данные международной статистики, процесс развития франчайзинга высоко динамичен. Развитие современных видов и инструментов бизнеса в условиях экономической глобализации, является объективным процессом.

**Ключевые слова:** франчайзинг, франчайзер, франшиза, франчайзи, бренд, торговая марка, сеть.

**Trends in the development of franchising**

**Abstract**

      Appeared on the turn of the 19th - 20th centuries, as a financial instrument frnachayzing business management infiltrated the Russian economy in the late 20th century.

Franchising today is a method of business organization in which company - holder transfers to other companies rent their intangible assets for use in economic activities.

         Russia in recent years has become one of the world leaders in terms of growth of franchising.

      Franchising is now used in more than 70 industries.

The analysis shows the pros and cons of franchising as a business mechanism. However, as evidenced by the international statistics, the development of franchising is highly dynamic. Species and the development of modern business tools in the context of economic globalization is an objective process.

**Keywords:** franchising, the franchisor, franchise, franchisee, brand, trademark, network.

Появление франчайзига относят к началу XIX века. В 1860 г. Зингер, производитель швейных  машин,  создал систему сирийного производства с использованием франчайзинга: независимым фирмам стали  предоставляться  права на  продажу  и  ремонт швейных машин .

Зарождение франчайзинга в США в конце XIX - начале XX вв. было вызвано нехваткой дистрибьюторских каналов. Небольшие компании получали эксклюзивные права на продажу продукции франчайзера и работу под его торговой маркой. Поэтому до 1950-х гг. крупные корпорации, использовали франчайзинг как эффективный метод реализации товаров и услуг.

В 1950-е годы франчайзинг находит новое применение - «франшиза бизнес-формата»: передача не только товарного знака, но и технологии ведения бизнеса, созданной и апробированной франчайзером. Примером этого является «McDonald’s», сеть котрого насчитывает более 14 тыс. предприятий во многих станах мира.

Предпосылки для франчайзинга были созданы в России еще в период СССР. С 1972 года на российских предприятиях осуществлялся выпуск продукции «Пепси-Кола» и «Фанта» на основании договоров с компанией PepsiCo . В 1995 году компания Coca-Cola внедрилась в российский рынок и в настоящее время имеет девять франшизных заводов: в Москве, Санкт-Петербурге, Ростове, Владивостоке, Орле, Новосибирске и других городах.

Франчайзинг сегодня представляет собой способ организации бизнеса, при котором компания-правообладатель передает в аренду другим компаниям свои нематериальные активы для использования в хозяйственной деятельности.

В настоящее время выделяют три вида франчайзинга: производственный, товарный и сервисный.

 ***Производственный франчайзинг*** используется для изготовления товаров и услуг. Этот вид франчайзинга способствует продвижению производства корпораций на экономически выгодные территории. Территории с высокой емкостью рынка, или дешевыми экономическими ресурсами.

Этот вид франчайзинга используется приоритетно в сфере производства безалкогольных напитков. Корпорации Pepsico, Coca Cola, Schweppes активно используют этот механизм.

Существует два типа ***товарного франчайзинга***:

- Первый вид может предполагать продажу товаров франчайзера, и продукции, на которой имеется его товарный знак.

- Второй вид предполагает, что франчайзер приобретает товары у разных поставщиков, и продает их франчайзи для розничной продажи. По такому схеме работают сетевые гипермаркеты.

 ***Сервисный франчайзинг*** предполагает использование торговой марки франчайзера и его технологии. Применяется в сфере общественного питания и в сфере услуг: косметических и парикмахерских салонах, бытовых услугах, туристическом бизнесе: «Макдоналдс», «Баскин Роббинс», «Кодак», «Сабвей», «Сбарро».

В настоящее время в экономике России франчайзинг является одним из активных инструментов современного развития бизнеса. Данные, представленные на рисунках 1 и 2 свидетельствуют, что число компаний-франчайзеров за 20 лет возросло в 600 раз, а франчайзинговых точек за шесть лет в 4,5 раза.

***Рисунок 1. – Экспертная оценка числа франчайзеров в России***

***Рисунок 2. – Экспертная оценка числа предприятий франчайзи в России***

Представленные на рисунках данные свидетельствуют о том, что за исследуемый период число франчайзинговых компаний в России стабильно росло, их динамику не снизил даже мировой экономический кризис. Начиная с 2009 года ежегодный прирост количества предприятий, открываемых по франшизе в стране, оценивается примерно в 35%.

Популярность франчайзингового бизнеса в России в периоды нестабильной экономики - общемировая тенденция. Согласно мировой статистике из всех вновь образованных компаний 77% прекращают свою деятельность в течение первых пяти лет, а из компаний, созданных в рамках франчайзинга, только 8% (рис. 3).

***Рисунок 3. – Финансовая устойчивость фирм, использующих франчайзинг***

Объем российского рынка франчайзинга к 2010 году составлял 4,5 млрд долларов, а прирост предприятий, открытых по франшизе в 2008-2010 годах, – 98%. Общие тенденции подтверждаются статистикой конкретных франчайзоров (Рисунок 4).

***Рисунок 4. – Динамика расширения франчайзинговых сетей в России***

На рост рынка повлияло повышение активности франчайзеров и выход на рынок новых. В 2010 году в Россию внедрилось много мировых брендов, и до половины новых точек, в том числе региональных, открывались по франчайзингу.

Россия за последние годы стала одним из мировых лидеров по темпам роста франчайзинга. РАФ (российская ассоциация франчайзеров) и World Francise Council сопоставляют следующие данные:

* количество занятых по итогам 2010 года составило 327426 человек против 27748 человек в 2009 году;
* число франчайзеров достигло 595 предприятий с 485 годом ранее, объектов франчайзинга – 21044 в 2010 против 20731 в 2009 году;
* доля франчайзинга в ВВП страны составила 1,9%.

РАФ прогнозирует, что к 2020 году количество занятых сфере франчайзинга в РФ может возрасти до 827 тысяч человек, число франчайзеров – до 1,7 тысячи предприятий, объектов франчайзинга – до 94 тысяч, а доля франчайзинга в ВВП – до 5% (таблица 1).

***Таблица 1.***

***Прогноз развития франчайзинга в США и в России***

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **2009** | **2010** | **2020 (прогноз РАФ)** | **Ежегодный прирост** |
| **Россия** |
| Количество занятых | 277480 | 327426 | 826886 | +18% |
| Франчайзоры | 485 | 595 | 1695 | +22,7% |
| Франчайзи | 20731 | 21044 | 93861 | +35,3 % |
| Доля франчайзинга в ВВП: |  | **1,90 %** | **5 %** |  |
| **США** |
| Количество занятых | 7572000 | 7614000 | 7652000 | +0,5% |
| Франчайзоры | 2200 | 2270 | 2979 | +3,6% |
| Франчайзи | 763094 | 765723 | 792013 | +0,4% |
| Доля франчайзинга в ВВП: |  | 15 % | 15 % |  |

Данные, представленные в таблице свидетельствуют о колоссальных перспективах франчайзинга в России. Темпы прироста франчайзоров в России в 5 раз выше, чем в США, а франчайзи –более, чем в 70 раз. При этом доля франчайзинга в ВВП Российской Федерации в 3 раза меньше, чем в США.

Франчайзинг сегодня используется более, чем в 70 отраслях экономики.

Выделяют четыре сектора экономики, в которых успешно применяется франчайзинг.

Безусловным лидером является сектор розничной торговли, которая занимает больше половины доли рынка франчайзинга (52%). Более, четверти рынка занимает сфера услуг (29%), затем следует общественное питание (15%). Однако доля франчайзинговых проектов в производственной сфере все еще мала и составляет всего лишь 4%.

 Наиболее рентабельными и популярными являются франшизы в сегментах розничной торговли фирменной одеждой и быстрого питания.

***Рисунок 5. - Отраслевая структура франчайзинга в России в 2012 году***

Анализ структуры франчайзинга по сферам деятельности свидетельствует о том, что преобладающей сферой, на протяжении более чем пяти лет, является розничная торговля.

 Снижение доли сектора общественного питания обусловлено тем, что сфера услуг увеличила темпы роста: с 18 % в 2007 году до 26 % в 2011 году, что постепенно приближает уровень развития российского франчайзинга к мировым уровням.

***Рисунок 6. ― Динамика структуры франчайзинга в России по сферам деятельности с 2007 по 2011 гг.***

Если в конце 2010 года в нашей стране преобладали традиционные франчайзинговые системы, работающие более 5 лет, составляя 56,5%, то в 2012 году соотношение изменилось в пользу молодых франшиз, доля которых составила 60% (Рисунок 7).

***Рисунок 7. ― Возраст франчайзинговых сетей на российском рынке***

***Рисунок 8. – Структура франчайзинговых сетей по числу партнерских точек***

На российском рынке доминируют малые франчайзинговые сети, имеющее менее 10 партнерских точек (47%), а доля крупных сетей, включающих более 50 франчайзи, не превышает 18% (Рисунок 8).

На начало 2013 года в России официально зафиксировано 607 франшиз, объединяющих 12998 корпоративных и 22014 франчайзинговых точек. Таким образом, на одного франчайзера в среднем приходится 36 франчайзи, в то время в других странах эти показатели на порядок выше (Таблица 2).

***Таблица 2.***

***Международные соотношения франчайзеров и франчайзи***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Страна** | **Франчайзеры, ед.** | **Франчайзи, ед.** |
| Китай | 5000 | 1000000 |
| США | 2400 | 760000 |
| Бразилия | 1 850 | 93 098 |
| Индия | 1 200 | 150 000 |
| Франция | 1477 | 58 351 |
| Италия | 883 | 54 013 |
| Канада | 850 | 80000 |
| Россия | 607 | 22014 |

Одна из главных причин, замедляющих развитие франчайзинга – значительная сумма начальных инвестиций: как правило, предпринимателю требуется вложить $100 тыс. и более.

Наиболее востребованными являются недорогие франшизы с суммарными инвестициями до 2 млн. рублей. Так, в 2012 году повышенным спросом пользовались франшизы сетей булочных-пекарен Bonape (300 тыс. руб.)и магазинов футболок «Провокация» (150 тыс. руб.).

***Рисунок 9. – Спрос на франшизы на российском рынке по суммарным инвестициям, %***

Однако, спрос на подобные франшизы существенно превышает предложение: доля таких проектов составляет приблизительно 15% от общего числа. Тем не менее, к основным тенденциям текущего периода относят увеличение доли бюджетных концепций: для сравнения, в 2010 году она составляла 12%.

Большинство низкобюджетных франчайзинговых предложений созданы региональными компаниями. Недорогие франшизы - как правило бизнесы из сферы услуг и мелкой розницы - образовательные услуги, продажа туристических путевок.

Доля отечественных франшиз на российском рынке составляет около 66%, а иностранных, соответственно – 34% (Рисунок 10).

***Рисунок 10. – Соотношение отечественных и зарубежных франшиз на российском рынке, %***

Преобладание национальных концепций характерно и для зарубежных рынков, о чем свидетельствуют данные Европейской Ассоциации Франчайзинга (Рисунок 11).

***Рисунок 11. – Соотношение отечественных и зарубежных франшиз в мире, %***

Развитие российских франшиз и некоторое снижение доли иностранных – национализация российского рынка франчайзинга - выраженная тенденция последних лет.

Российские бренды динамично развиваются не только внутри страны, но и выходят за пределы России. Так, сеть «Шоколадница» прогнозирует освоить рынок Юго- Восточной Азии.

В целом, развитие франчайзинга в России регионально неоднородно (Рисунок 12).

***Рисунок 12.― Региональная структура франчайзинговых точек в России***

Увеличение числа региональных франшиз – яркая тенденция последних лет. 4 года назад доля московских франчайзеров составляла почти 90%, а региональные франчайзеры присутствовали лишь в городах - миллионниках, то к началу 2013 года регионы значительно активизировались, а столица уступает, сегодня ее доля составляет - 72%.

 В российском торговом секторе преобладают франшизы фирменных магазинов одежды. Сегодня в России эти сетевые компании предлагают более 200 франчайзинговых концепций. Франшизы данной сферы характеризуются отсутствием паушального взноса и роялти. Производители получают прибыль за счет оптовых поставок одежды в магазины франчайзи.

**Сфера розничной торговли**

***Рисунок 13. – Структура франчайзинга в розничной торговле РФ***

Для независимых предпринимателей, открытие магазина по франшизе - возможность организовать рентабельный бизнес под началом профессионалов при невысоких затратах.

Российские франчайзеры контролируют значительную долю российского рынка, занимая 42% (рисунок 14).

***Рисунок 14. – Франшизы одежды по странам происхождения***

**Сфера общественного питания**

***Рисунок 15. – Структура франчайзинга в сфере общественного питания***

Российский рынок общественного питания в течении последних лет развивается особенно активно: ежегодный прирост оценивается в 15−20%.

***Рисунок 16. – Крупнейшие франчайзинговые сети в России в сфере общественного питания***

В сфере общественного питания лидером по праву считается американская компания «Баскин Роббинс». В настоящее время компания «Баскин Роббинс» является крупнейшей мировой сетью кафе мороженого: под единым брендом функционируют свыше 6700 заведений в 31 стране мира.

За 2011 на предприятия категории фаст-фуд, в России приходилось 38% от ресторанного рынка. Для сравнения, в США этот показатель составляет 39%, в Китае – лишь 23%. Эксперты прогнозируют, что к 2015 году ресторанный рынок в России вырастет еще на 30%.

 Динамично развивающейся фастфудной сетью является сеть KFC появилась на российском рынке в 2005 году после заключения договора с российской Группой «Ростик’с». Сегодня KFC насчитывает около 16 тысяч ресторанов в 11 странах мира.

Среди российских франчайзеров на рынке быстрого питания ведущие позиции занимает «Крошка-картошка» с концепцией, основанной на турецком блюде «Кумплир». Первое предприятие было открыто в Москве в 1998 году, а в конце 2012 года в сеть «Крошка-Картошка» входило уже более 300 предприятий.

**Сфера услуг**

***Рисунок 17. – Структура франчайзинга в сфере услуг***

Наибольшую долю в сфере ***услуг для бизнеса*** составляют рекламные и консалтинговые агентства, фирмы- грузоперевозчики и т.п.

Доходы российской ***фитнес-индустрии*** растут на 20-25% в год.

Российская компания World Class, начавшая свою деятельность в Москве в 1993 году, сегодня включает 21 фитнес-клуб в Москве, регионах России.

***Гостиничный франчайзинг*** является одним из самых активных во всем мире. Однако в России до настоящего времени он фактически не развит.

Так, по франшизе Radisson в России функционируют два отеля в Сочи – «Radisson Лазурная», «Radisson ПИК».

Ярким франчайзером на отельном рынке является также Hilton Worldwide. В 2008 году корпорация Hilton Hotels ввела в действие - Hilton Moscow Leningradskaya. В тот же год пермская УК BS Hospitality Management открыла- Hilton Garden Inn Perm. В 2010 в Новосибирске появилась гостиница Doubletree by Hilton Novosibirsk.

Сегодня франчайзинговые сети охватывают все страны и континенты мира. Он применяется более чем в 70 отраслях хозяйства, внедряя единые технологии, цены и стандарты обслуживания.

В Европе функционируют 4500 франшиз, у каждой 37 партнеров, их общий товарооборот составляет 150 млрд $. Однако, уровень развития франчайзинга в Европе ниже, чем в США, где объем сделок на этом рынке более 800 млрд $.

Лидером по количеству франчайзеров в Европе является Франция. На втором месте находится Германия. Замыкает тройку Великобритания. Россия входит в десятку лидирующих стран, занимая 7 место.

Франчайзинг — локомотив американской экономики и одно из эффективных средств нейтрализации последствий мирового экономического кризиса, включает:

* более 909 253 точек;
* производят товаров и услуг на сумму 880 900 млн. ;
* обеспечивают почти 21 млн. рабочих мест, или 15,3 % всех рабочих мест в американском частном секторе.
* выплачивают 660 900 млн. $ ежегодной заработной платы.

Годовой объём производства франчайзинговых предприятий в США — 2,31 триллиона $.

В развивающихся странах Украине, Словакии, Польше, Венгрии и Чехии за последние несколько лет количество предприятий, работающих по франшизе, выросло на 67%. Лидируют отрасли, связанные с торговлей, автосервисами, недвижимостью, отелями, ресторанами быстрого обслуживания.

Таким образом, в Европе прослеживаются закономерности, во многом аналогичные мировым. По количеству франчайзинговых точек в Европе первое место занимает США, в 4,9 раз опережая Францию.

Наибольшей популярностью в Европе пользуются франшизы в сфере общественного питания (145 623 точек), на 43% опережая продовольственную розницу (82 686 точка). В сумме на эти отрасли приходится половина европейского франчайзинга.

***Рисунок 18. ― Структура франшизных рынков России, Европы и США***

Таким образом, в странах с развитой системой франчайзинга преобладают франшизы в сфере услуг и общественного питания, тогда как в России, наоборот, данные сферы развиты слабо, а преимущество отдается сфере торговли, особенно непродовольственной рознице (Рисунок 18).

Проведенный анализ свидетельствует о плюсах и минусах франчайзинга как бизнес-механизма. Однако, как свидетельствуют данные международной статистики, процесс развития франчайзинга высоко динамичен. Развитие современных видов и инструментов бизнеса в условиях экономической глобализации, является объективным процессом.

**Литература**

1. Ватутин С., Тришин М. -Клонирование бизнеса. Франчайзинг и другие модели быстрого роста / СПб.: Питер, 2013
2. Вахрушева С. Бизнес под копирку // Практика торговли. – 2012. - №7. – С. 43.
3. Грибцова Ю. McDonald’s начинает работать в России по франчайзингу\\ Ведомости. – 2012. – 13 апр. - №. – С. 12.
4. Крючкова Н. Франшизы от оптных компаний // Клуб франчайзи. – 2013 - №1 – С.5
5. Крякова Н. Догоним и перегоним. Каким будет российский франчайзинг через десять лет// Бизнес-Журнал. – 2012. - №2. – С. 38.
6. Либинсон А. В России пришло время строить отели с доступной ценой» // Современный бизнес. Отель. – 2012 - №7
7. Николаева И. В России бум франшиз // Деловой Квартал. – 2012. - №8. – С. 24.
8. Панюкова В.В. Уверенные шаги франчайзинга в России // Торговое право. - 2012. - № 3. - C. 50-64
9. Рождественская А. Российский франчайзинг: итоги 2012 года // Бизнес-журнал. – 2012. - №12. – С. 18.
10. Следина А. Бюджетные франшизы на рынке франчайзинга // Бизнес-журнал. – 2012. - №5. – С. 12.
11. Смирнова Н, Парабеллум А., Мрочковский Н. Масштабирование бизнеса. Создаем франчайзинг в розничной торговле / СПб.: Питер, 2013 - 336 с.
12. Тараканов В. Франчайзинг в фуд-ритейле - антрепренерский бизнес // Практика торговли. – 2012. - №6. – С. 38.
13. Чеканова С. Региональных франчайзинговых компаний становится больше \\ Российская газета. – 2012. – 10 дек. - №46. – С. 14.

1. <http://www.franchiseeurope.com/top500/>

1. <http://www.franchisedirect.com/top100globalfranchises/trendsandthingstowtren/158/1435/> - Обзор рынка глобальных франчайзинговых компаний

1. <http://www.rusfranch.ru/index.html>. - Официальный сайт Российской ассоциации франчайзинга (РАФ)