

**Пак Мария Викторовна,**

*канд. экон. наук, доцент кафедры «ЭТиАУ»,  
ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет путей сообщения»,  
г. Новосибирск, Россия*

## **ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ**

В данной статье автор описывает роль и значение франчайзинга на российском рынке. Излагаются особенности российского франчайзинга, его проблемы. Приводятся меры, которые следует внедрить для активного развития франчайзинговых систем.

**Ключевые слова:** франчайзинг, транспортные коридоры, договор коммерческой концессии.

Интерес к франчайзингу обусловлен взаимовыгодным сотрудничеством между субъектами этих отношений: улучшается система распределения продукции, повышаются конкурентные преимущества, расширяется географический рынок потенциальных потребителей, открываются новые транспортные коридоры для перевозки грузов [1].

Истоки франчайзинга относят еще к Средневековью, однако широкое распространение он получил в результате деятельности таких американских гигантов, как «Дженерал Моторс» и «Зингер» на рубеже XIX-XX вв. В России такая практика ведения бизнеса появилась только в 1990-х гг., поэтому развитие франчайзинга в нашей стране имеет ряд особенностей.

Во-первых, интерес к франчайзингу в нашей стране во многом связывают с наличием большого количества барьеров при открытии нового бизнеса. Также, по мнению представителей Российской ассоциации франчайзинга, использование франшиз означает меньшую степень предпринимательского риска, что актуально в условиях экономического кризиса.

Во-вторых, несмотря на рост числа франшиз, отсутствует официальная общероссийская статистика по франшизным системам, что объясняется пробелами в законодательстве РФ. О количестве франшиз можно судить только по информации, предоставленной различными порталами. Так

профессиональный интернет-ресурс информационный портал Franshiza.ru приводит следующие данные: по подсчетам компании EMTG (основного организатора международной выставки BuyBrand), работают свыше 600 франчайзеров и более 22 тыс. франчайзинговых точек [2]. Также несовершенство правовой базы сказывается на степени защищенности субъектов франчайзинга. Нередки ситуации, когда нарушаются права франчайзера в области интеллектуальной собственности, или, наоборот, франчайзи выдвигаются невыполнимые требования по ведению бизнеса.

Особенностью российского франчайзинга является его неравномерное распределение. Франшизы приобретают преимущественно в крупных городах, таких как Москва, Санкт-Петербург, Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород и т.п., что связано с уровнем развития бизнеса на этих территориях. Однако заметна примечательная тенденция: если раньше франчайзеры (правообладатели) появлялись только в столичных экономических центрах, то сейчас бренды зарождаются и в российских регионах. Так, Новосибирск можно считать одним из современных центров распространения франшиз, например, электронные картографические справочники «2GIS» имеют 79 франчайзинговых точек, а служба доставки «СДЭК» – 323 точки. Стоит отметить, что благодаря системе франчайзинга эти бренды вышли далеко за пределы России и постепенно становятся узнаваемыми во всем мире, а также вошли в список 25 выгодных франшиз России-2016, по версии Forbes [2].

Еще одну особенность франшиз в России можно выявить, проанализировав их структуру. Так, по данным Российской ассоциации франчайзинга, более половины – 57% – занимают франшизы в области торговли; 25% и 16% – в сфере услуг и общественном питании, соответственно. Наименьший интерес франшизы вызывают в производственной отрасли, что обусловлено необходимостью крупных финансовых вложений, к чему франчайзи не готовы: по оценкам компании EMTG, подавляющее большинство российских предпринимателей готовы инвестировать до 150 тысяч долларов (около 10 миллионов рублей) [2].

Подводя итоги, можно сказать, что франчайзинг в современных условиях кризиса является перспективным направлением по ведению бизнеса, однако его будущее в нашей стране зависит от ряда факторов.

Необходимо на законодательном уровне закрепить термин «франчайзинг», поскольку сегодня в Гражданском кодексе РФ подобные отношения регулируются «договором коммерческой концессии», что расходится с мировой практикой. Важно и стимулирование предпринимательства: развитие банковского сектора и кредитования, предоставление субсидий, внедрение государственных программ по продвижению национального бренда. Одним из главных факторов является информационная составляющая: субъекты деловых отношений нуждаются в информировании, как по поводу системы франчайзинга, так и в повышении грамотности в области ведения любого бизнеса. Немаловажным фактором развития отечественных франшиз выступают антироссийские санкции, влияющие на распространения франчайзинговых точек.

Таким образом, на сегодняшний день в России сложились все предпосылки для успешного осуществления бизнеса по франчайзинговой модели, за исключением решаемых проблем в области государственного регулирования и информирования бизнеса.

#### *СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ*

- 1. Воробьев В.С., Пак М.В. Экономическое обоснование сценариев развития сухопутного транспорта Сибири: Монография. – Новосибирск: Изд. АНС «СибАК», 2017. – 92 с.*
- 2. Николаева И.В. России бум франшиз [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://franshiza.ru/article/read/v\\_rossii\\_bum\\_franshiz/](https://franshiza.ru/article/read/v_rossii_bum_franshiz/) (Дата обращения 05.04.2018)*