

Список использованных источников:

1. Индикаторы цифровой экономики: 2017: статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, Л.М. Гохберг, М. А. Кевеш и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2017.
2. Цифровая экономика: краткий статистический сборник / Г.И. Абдрахманова, Л.М. Гохберг, А.В. Демьяненко и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М.: НИУ ВШЭ, 2018.
3. Бостром Н. Искусственный интеллект. Этапы. Угрозы. Стратегии. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2016.
4. Цифровая экономика: библиографический указатель / сост.: Н. А. Игнатенко, И. В. Ткаченко, И. В. Харций, Н. В. Ниценко ; под ред. М. В. Обновленской. – Ставрополь : НБ СтГАУ, 2019.
5. Введение в «Цифровую» экономику/ А.В. Кешелава В.Г. Буданов, В.Ю. Румянцев и др.; под общ. ред. А.В. Кешелава; гл. «цифр.» конс. И.А. Зимненко. – ВНИИГеосистем, 2017.
6. Анисимова В.Ю. Анализ функционирования машиностроения Самарской области: состояние и динамика развития // Теоретико-методологические и практические проблемы интеграции, диверсификации и модернизации региональных промышленных комплексов: сборник материалов Международной научно-практической конференции / Под. общ. ред. Н.М.Тюкавкина. – Самара: АНО «Издательство СНЦ», 2017. С. 16-20.

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ХАРАКТЕР ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Мефтахова Эльмира Мазгутовна, Рылов Даниил Владимирович¹

Самарский национальный исследовательский университет имени академика
С.П. Королева, г. Самара

Аннотация: Статья посвящена исследованию франчайзинговых отношений на российском рынке. Предложены решения проблем для эффективного развития франчайзинга на территории Российской Федерации. Проведен анализ лучших франчайзинговых компаний в мире, а также опрос среди студентов Самарского университета об их предпочтениях в сфере франчайзинговых компаний.

Ключевые слова: франчайзинг, перспективы.

Франчайзинг как форма осуществления предпринимательской деятельности

¹Студенты 1 курса бакалавриата Юридического факультета Самарского университета. Научный руководитель: Манукян М.М., старший преподаватель кафедры экономики инноваций Самарского университета.

приобрел широкое распространение в настоящее время. Изучение франчайзинговых отношений является один из актуальных вопросов российской экономики. Франчайзинг используют те предприниматели, кто хочет открыть свой бизнес, и те, кто хочет развить уже существующий.

Цель научного исследований: на основе исследования опыта развития международного франчайзинга на примерах стран США и Европы определить проблемы и перспективы формирования франчайзинговых отношений в Российской Федерации.

Задача: рассмотреть мировой опыт и развитие франчайзинговых отношений в России.

США являются мировым лидером развития системы франчайзинга. По мнению экспертов, успех франчайзинга в США обуславливается поддержкой со стороны государства, серьезным отношением к продвижению торговых марок, выполнения стандартов качества продукта. Сегодня франчайзинг - самый быстрорастущий способом развития бизнеса. По данным Международной Ассоциации Франчайзинга каждые восемь минут рабочего дня в США создается новая франшизная точка.

Рассмотрим пятёрку лучших зарубежных франшиз по рейтингу Franchise 500 за 2019г. По данным таблицы 1 можно сделать выводы:

наиболее востребованы американские франшизы;

большинство компаний продают франшизу уже более 50 лет;

самые популярные франшизы в сфере общественного питания;

большинство компаний, входящих в десятку Franchise 500, нацелены на продажу франшиз по всему миру.

Таблица 1

Пятёрка лучших франшиз по результатам рейтинга Franchise 500 за 2019г.

Позиция в рейтинге	Наименование бренда франчайзинга (сфера деятельности)	Год создания предприятия/год начала продаж франшиз	Число предприятий, открытых по франшизе, ед.(США/другие страны)	Необходимый объем инвестиций на открытие предприятия по франшизе, тыс.долл.	Срок действия договора, лет	Целевые регионы продажи франшизы
1	McDonald's (общественное питание)	1955/1955	13232/21289	\$1,058,000 - \$2,230,000	20	По всему миру
2	Dunkin' (общественное питание, кофе, выпечка)	1950/1955	9419/3452	\$228,621 - \$1,717,103	20	По всему миру
3	Sonic Drive-In (общественное питание)	1953/1959	3365/228	\$865,000 - \$3,641,300	10	По всему миру

4	Taco Bell (мексиканская кухня)	1962/1964	5886/413	\$525,100 - \$2,622,400	10	По всему миру
5	The UPS Store (услуги почты)	1980/1980	4720/351	\$168,885 - \$398,323	10	США и Канада

В настоящее время в России рынок франчайзинговых отношений только начинает развиваться. Иностранные компании, представляющие франшизу отечественным предпринимателям, работают по двум схемам. В первом случае головная компания находится за границей, а на территории нашей страны работают ее представители. Во втором случае, иностранная компания продает генеральную франшизу местной, российской компании.

На формирование франчайзинговых отношений на территории РФ оказала большое влияние деятельность зарубежных франчайзеров, не только из-за того, что они начали развиваться намного раньше, но и тем, что теория франчайзинговых систем пришла к нам из стран Дальнего Зарубежья.

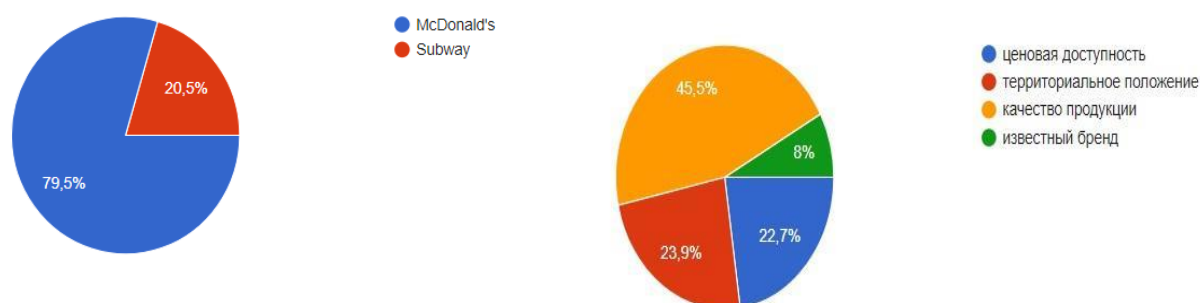
Таблица 2

Рейтинг ТОП-5 франшиз 2019г. БИБОСС

Наименование бренда франчайзинга	Сфера деятельности	Необходимый объем инвестиций на открытие предприятия по франшизе, тыс.руб.	Число предприятий, открытых по франшизе в РФ
Subway	Сеть ресторанов быстрого обслуживания	4 000 000 — 6 000 000 Р	644
Додо Пицца	Международная сеть пиццерий в «среднем» ценовом сегменте с фокусом на доставку	5 000 000 — 16 000 000 Р	346
220 вольт	Ведущий интернет-магазин по продаже инструмента и оборудования, а также крупнейшая DIY сеть розничных магазинов.	2 300 000 — 7 000 000 Р	237
Сушишоп	Магазины суши и вок	1 250 000 — 2 500 000 Р	250
Пив&КО	Магазины разливного пива	1 900 000 — 3 200 000 Р	214

Статистика показывает, что на данный момент на территории Российской Федерации количество франчайзинговых систем достигло 200, а франчайзи - около 7000. Основной проблемой стало то, что в России правовое законодательство в отношении франчайзинговой системы несовершенно. В нашем гражданском кодексе отсутствует понятие “франчайзинг”, а существует только “коммерческая концессия”.

Был проведён опрос, в котором приняли участие 126 человек. Результаты показывают, что большинство опрошенных предпочитают такую сеть питания, как McDonald's, нежели Subway, несмотря на то, что открытых предприятий второй компании больше на территории России. Свое предпочтение большинство потребителей дают исходя из качества продукции и территориального местоположения, чем из известного бренда. Это дает нам понять, что на российском рынке потребителю важны больше условия комфорта, чем популярного названия компании, пришедшего из Запада.



Существует также несколько проблем, которые замедляют развитие франчайзинговых отношений на территории нашей страны: низкая государственная поддержка, отсутствие заинтересованности банков в работе с системами франчайзинга, недочеты юридической техники в главе 54 ГК РФ, нестабильность развития экономики России и проблемы финансово-кредитного характера. Эти проблемы зависят от высоких налогов и сложностей с экспортом продукции.

Для решений данных проблем и эффективного развития франчайзинга на территории Российской Федерации необходимо обеспечить начальных франчайзи финансовой поддержкой, включить систему франчайзинга в правительственную программу поддержки малого предпринимательства, а также усовершенствовать регулирование франчайзинговых отношений на законодательном уровне. Очень важно создание системы налоговых льгот для франчайзи и образовательных систем, которые позволят расширить подготовку отечественных предпринимателей в области франчайзинга.

Список использованных источников:

1. Российская Ассоциация Франчайзинга [Электронный ресурс]
2. Бодина К.В. Проблемы развития франчайзинга как формы предпринимательской деятельности в России// Международный студенческий научный вестник.-2014. – № 1
3. Фролова В. Б. Франчайзинг как основа долгосрочного развития бизнеса // Концепт. – 2013. – № 11 (ноябрь).
4. Рейтинг лучших франчайзинговых компаний за 2019 г. [<https://www.entrepreneur.com/franchise500/2019>]
5. Батраченко Д.К. Анализ преимуществ и недостатков франчайзинга// Международный Научный Институт "Educatio" VII, 2014. –С.6.