УДК 339.187

БИЗНЕС ПО ФРАНШИЗЕ: ПЕРЕДОВОЙ ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИДЕИ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ

Мирзалиева Зарина Бахадыровна, студентка 4 курса бакалавриата института экономики и управления АПК, ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К. А. Тимирязева, mirzalieva2003@mail.ru

Баклыкова Алёна Николаевна, студентка 4 курса бакалавриата института экономики и управления АПК, ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К. А. Тимирязева, all21bakln11@gmail.com

Научный руководитель - Ягудаева Наталья Алексеевна, к.э.н., доцент, доцент кафедры экономики и организации производства, ФГБОУ ВО РГАУ-МСХА имени К. А. Тимирязева, n.yagudaeva@rgau-msha.ru

Аннотация. В настоящее время в условиях нынешней экономики, когда размер ключевой ставки Центральным Банком России составляет 21% и по существующим прогнозам имеет тенденцию к росту и начинать малый бизнес или развивать какое-либо ремесло за счет заемных средств стало дорогим удовольствием, ведение бизнеса по франшизе начало набирать большие обороты на российском рынке. В данной статье рассматривается вопрос эффективности ведения бизнеса через использование готовой бизнес-модели, посредством покупки франшизы и явные преимущества перед стартапом.

Ключевые слова: франшиза, франчайзер, франчайзи, паушальный взнос, роялти, бизнес-модель, малый бизнес, эффективность

FRANCHISE BUSINESS: THE BEST DOMESTIC EXPERIENCE - THE EFFECTIVENESS OF USING THE IDEA IN MODERN REALITIES.

Mirzalieva Zarina Bakhadyrovna, 4th year Bachelor's student, Institute of Economics and Management of Agroindustrial Complex Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy, mirzalieva2003@mail.ru

Baklykova Alyona Nikolaevna, 4th year Bachelor's degree student, Institute of Economics and Management of Agroindustrial Complex, Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy, all21bakln11@gmail.com

Scientific supervisor - Yagudaeva Natalya Alekseevna, PhD (Economics), associate professor, associate professor, Department of Economics and Production Organization, K. A. Timiryazev Federal State Budgetary Educational Institution of Agricultural Economics and Management, Russian State Agrarian University – Moscow Timiryazev Agricultural Academy, n.yagudaeva@rgau-msha.ru

***Annotation:** Nowadays, in the conditions of the current economy, when the size of the key rate of the Central Bank of Russia is 21% and it has become expensive to start a small business or develop any craft with borrowed funds, franchise business has begun to gain great momentum in the Russian market. This article discusses the effectiveness of doing business through the use of a ready-made business model, through the purchase of a franchise and the clear advantages over a startup.*

***Key words:** franchise, franchisor, franchisee, lump sum, royalty, business model, effectiveness, small business.*

Возможность по готовой бизнес-модели вести свое дело под чужим брендом- далеко не новое направление получения прибыли, помимо запуска бизнеса с нуля. Технологии производства, материалы и сырье, необходимое оборудование, готовый ассортимент продукции, каналы сбыта, и стандарты обслуживания – лишь малая часть преимуществ франшизы перед стартапом.

Данный вид получения дохода имеет и свои определенные особенности, отличительной чертой является роялти - плата за пользование информацией от компании и паушальный взнос за использование товарного знака, оформления дизайна торгового помещения, подробное описание брендбука, стоимость обучения партнера и его сотрудников и также материалов бренда при. При этом продавец повышает узнаваемость бренда, монетизирует интеллектуальную собственность, экономит на открытии точек и зарабатывает на паушальном взносе и роялти, в свою очередь покупатель получает сниженные издержки, вывеску известного бренда и минимизирует риски прогорания бизнеса. Существуют случаи недопонимания и конфликтов между сторонам [3].

Несмотря на привлекательность ведения бизнеса посредством покупки франшизы и получения готового плана развития, стоит также учитывать, что нередко бывают неочевидные на первый взгляд сложности при сотрудничестве как у продавца, так и у покупателя франшизы. Предприниматель должен помнить, что бизнес по готовой модели не дает гарантию успеха. Наиболее безопасным на ранних этапах будет отказ от кредитов и прочих заемных средств и полностью следовать плану, предоставленному от франчайзера. Нередко встречаются мошенники, продающие проекты, которые из себя ничего не представляют, так называемые франшизы-пустышки. В таких случаях стоит изучить историю компании, включая наличие судебных исков, и с помощью юристов подписывать договор, чтобы обезопасить себя от обмана.

После покупки франшизы и оплаты паушального взноса, многие неопытные предприниматели ошибочно предполагают, что получают готовый бизнес «под ключ», но это не так, как любой другой бизнес оно требует постоянной работы [2]. Необходимо учитывать еще и то, что существует плата за маркетинговые взносы и нужно в запасе иметь средства на запуск, то есть на аренду помещения, найм и обучение персонала, закупка необходимого оборудования и прочие мелкие расходы. Поэтому крайне важно правильно распределять средства, чтобы в дальнейшем не разориться и не терпеть неудачи.

Не всегда успешная в одном регионе концепция может прибыльно существовать и быть востребованной в другом регионе или городе. По этой причине анализ рынка и роль компании в этой отрасли могут обезопасить бизнес от неудачи. Встречаются так же франчайзи, для которых важно привносить свое управленческое решение, из-за этого возникают разногласия, и не всегда такие идеи заканчиваются удачей, иногда страдает результат, теряется лояльность клиентов, и репутация бренда портится.

Как и любой другой стартап, каждый предприниматель должен быть готов к тому, что нужно активно работать и совершенствоваться. Для получения благоприятного результата, недостаточно просто заплатить взнос и бизнес будет работать - здесь возникают проблемы. Например, компания «Урбан Кофикс Раша», которая продает франшизы кофеен Кофикс в 2019 году подала иски в суд к своим партнерам на общую сумму 17,8 миллионов рублей из-за образовавшихся долгов по обязательным платежам (роялти) так как франшиза обвинялась в бездействии [2].

Продавцы франшиз, которые только начали рассматривать данный вид получения дохода так же заблуждаются, переоценивая узнаваемость своего бренда и, поставив при этом большую сумму паушального взноса, например, в 500 000 рублей, обещая за эти деньги предоставить возможность использовать бренд и, ожидая, что этого достаточно. Однако зачастую такие предложения не выдерживают ценовой конкуренции, а владельцы склонны переоценивать известность торговой марки.

Считается, что продуктовый ритейл — растущий бизнес. Рассмотрим прибыльность франчайзинга на примере компании «Пятерочка» - крупнейшей сети продуктовых магазинов формата «у дома», которой по данным 2024 года насчитывается более 19 тысяч в 69 регионах Российской Федерации. По официальным данным ежедневно магазины «Пятерочка» посещает 18 миллионов человек и денежный оборот за 2023 год составил 22,8 трлн.руб. Компания предлагает уникальную бизнес-модель, в которой нет необходимости выкупать весь товар, инвестиции требуются лишь в аренду помещения и закупку оборудования, после запуска – только операционные расходы. Также по франчайзингу покупатель получает лучшие локации с большим потоком посетителей при средней дневной выручке 678 000 рублей. Фирма продала уже 409 франшиз и планирует за 2024 год так же открыть 372 франчайзинговые точки. Если рассматривать в качестве города открытия Москву, при аренде помещения в 450 квадратных метров, что является одним из ключевых требований к запуску от компании «Х5 Групп», то сумма совокупных инвестиций составит порядка 20 050 000 рублей, ежемесячная прибыль от торговой точки приблизительно 13 910 629 рублей. Считается, что именно такая бизнес-модель окупит себя уже через 24 месяца. [4] При хорошем прогнозе и узнаваемости бренда, все же очень сложно войти в эту нишу из-за высокого порога, у начинающего предпринимателя зачастую не такой большой бюджет, что делает данную компанию для него недоступной.

В агропромышленном комплексе также начинает набирать обороты бизнес не с нуля, а по франшизе, так 2023-2024 годы показывают, что в сфере АПК спрос на фермерскую продукцию растет в арифметической прогрессии, причиной стала популяризация здорового образа жизни и стремления к употреблению органических продуктов питания, выращенных с помощью натуральных удобрений. [2] В России появляется все больше органических лавок и магазинов фермерской продукции в шаговой доступности, это является неким трендом в обществе, магазины формата «у дома», когда покупателю не нужно ехать в другой конец города за каким-либо продуктом, полезным для его здоровья. Привлекательность данной ниши в том, что предприниматели получают доступ к разработанным рецептам и технологиям выращивания, а также поставок свежей продукции.

Проанализировав рынок был составлен список наиболее эффективных и успешных кейсов, с которых можно начинать бизнес с точки зрения покупки франшизы и использования готовой модели развития. Классический пример - компания «Сырная лавка» — франшиза лавки традиционных, крафтовых и элитных сыров из коровьего, козьего и даже овечьего молока от производителя. Ассортимент насчитывает более 1000 сыров, получившие высокие награды на выставке "100 лучших товаров России". [1,8] Цель организации - построить сеть сырных лавок по всей России. Стать брендом, известным в каждом уголке страны. Предприятие базируется в республике Марий Эл, что предоставляет отличную возможность развиваться не только в мегаполисах, но и в региональных городах, даже с небольшим количеством населения.

Чтобы начать бизнес по франшизе необходимо как минимум иметь 650000 рублей, из которых 150000 рублей составляет оплата паушального взноса. Так же существенным преимуществом данной организации является то, что роялти отсутствует, то есть весь набор необходимых первичных инструментов и поддержка в течение всего времени ведения бизнеса входят в сумму в 150 000 рублей. Средний оборот в месяц от торговой точки составляет 700 000 рублей. При этом производитель обещает достижение точки безубыточности уже через 6 месяцев. Существенным преимуществом перед другими предприятиями АПК, «Сырная лавка» предлагает выгодные условия по отгрузке продукции, прямая логистика до торговой точки за счёт производителя, сыры, молочная и кондитерская продукция от одного производителя, при возможности наличия сопутствующего товара помимо поставок от Сенчурского завода, так же покупатель франшизы имеет право на наценку 35% [1,7].

Для каждого предпринимателя найдется сфера, которая будет приносить ему необходимую прибыль, главное в данной теме тщательное изучение ниши и выбираемой компании на прозрачность и перспективность. Для достижения поставленных целей главное непрерывное развитие и адаптация под требования целевой аудитории.

Период 2020-2024 годов так или иначе коснулся всех юридических лиц, в частности компании. Период пандемии сильно пошатнул бизнес многих предпринимателей, практически все перешли на удаленный формат работы, а те,

кому это не удалось – были вынуждены закрыться. Далее всесторонние санкции так же оказывали давление и кризис настиг у компаний, которые были зависимы от иностранных компаний, внешних инвестиций, и поставок из заграницы. Все эти риски для бизнеса заставляют задуматься тех предпринимателей, которые задумывались над открытием малого бизнеса, и, в условиях большой угрозы своему делу, самым рациональным решением может стать углубленное изучение такой сферы как франчайзинг, ведь бизнес, который пережил такие кризисы в экономике явно может найти преимущества в любом экономическом спаде, и такая бизнес-модель имеет все шансы на успех. Даже при наличии огромного количества экономически обоснованных недостатков, для обеих сторон это хороший способ получения прибыли и успешного развития бизнеса.

Библиографический список

1. Бирюкова, Т. В. Стратегическое планирование деятельности АПК как основа конкурентоспособности организации / Т. В. Бирюкова, Е. В. Энкина, Т. И. Ашмарина // Известия Тимирязевской сельскохозяйственной академии. – 2021. – № 1. – С. 87-97. – DOI 10.26897/0021-342X-2021-1-87-97. – EDN ZBDQXV.
2. Бизнес на земле: обзор топовых аграрных франшиз / [Электронный ресурс] // ТопФраншиза : [сайт]. — URL: <https://topfranchise.ru/stati/biznes-na-zemle-obzor-topovykh-agrarnykh-franshiz/> (дата обращения: 25.10.2024)
3. Как устроен рынок франшиз и что нужно учитывать для эффективного сотрудничества / [Электронный ресурс] // МедиаНетологии : [сайт]. — URL: <https://netology.ru/blog/07-2021-franchayzing> (дата обращения: 25.10.2024).
4. Мацкуляк, Д. И. К вопросу о социальной ответственности предприятий / Д. И. Мацкуляк, Н. А. Пелих // Региональная экономика: теория и практика. – 2008. – № 7. – С. 73-81.
5. Сергеева, Н. В. Стимулирующая роль диверсификации в организации аграрного производства / Н. В. Сергеева, Т. И. Ашмарина // Международный научный журнал. – 2018. – № 3-4. – С. 7-17. – EDN ZFHDFR.
6. Трансформация мирового продовольственного рынка / Т. И. Ашмарина, Ю. В. Чутчева, Т. В. Бирюкова, Н. А. Ягудаева // Естественно-гуманитарные исследования. – 2022. – № 44(6). – С. 31-34.
7. Экономика устойчивого развития и ESG-трансформация аграрного бизнеса / Д. А. Антонова, Т. И. Ашмарина, Т. В. Бирюкова [и др.]. – Москва : ООО "Сам полиграфист", 2024. – 175 с.
8. Экономическая теория (микроэкономика) / В. А. Тулупникова, Р. Н. Вайснер, Е. В. Энкина, Н. Н. Юшина. – Москва : Российский государственный аграрный университет - МСХА им. К.А. Тимирязева, 2016. – 94 с.