

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОБЛЕМАТИКА РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ ОТНОШЕНИЙ ФРАНЧАЙЗИНГА

© 2019 Мефтахова Эльмира Мазгутовна*
студент

Самарский национальный исследовательский университет
им. академика С.П. Королёва
E-mail: elyameft@mail.ru

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, предпринимательская деятельность, перспективы.

Франчайзинг как форма осуществления предпринимательской деятельности приобрел широкое распространение в настоящее время. Изучение франчайзинговых отношений является одним из актуальных вопросов российской экономики.

Цель научных 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, выполнению стандартов качества продукта. Сегодня франчайзинг - самый быстрорастущий способ развития бизнеса. По данным Международной Ассоциации Франчайзинга каждые восемь минут рабочего дня в США создается новая франшизная точка.

Рассмотрим пятерку лучших зарубежных франчайзинговых брендов по рейтингу Franchise 500 за 2019г. По данным таблицы 1 можно сделать выводы:

* Научный руководитель - **Манукян Марине Мартиновна**, старший преподаватель кафедры экономики инноваций Самарского университета.

- 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

Пятерка 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 России работают ее представители. Во втором случае, иностранная компания продает генеральную франшизу российской компании³.

На формирование франчайзинговых отношений на территории Российской Федерации 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.

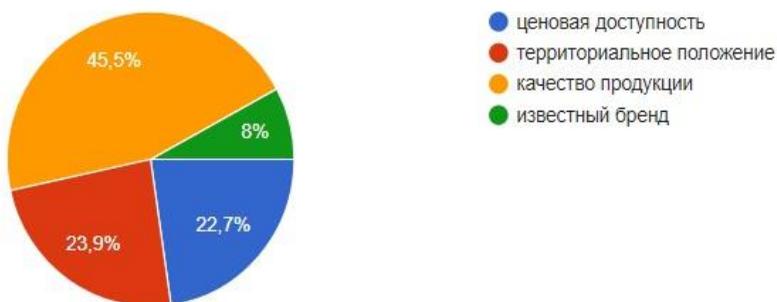
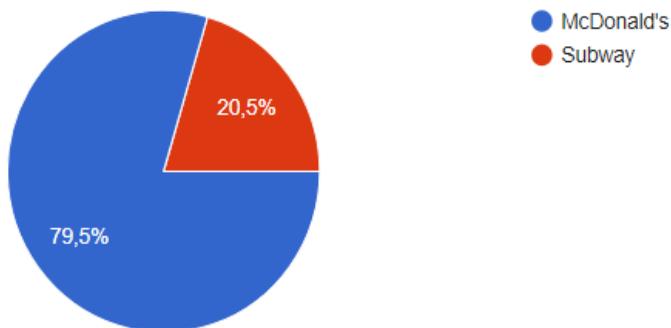
Рейтинг ТОП-5 франшиз 2019г. БИБОСС⁴

| № | Наименование бренда франчайзинга | Сфера деятельности | Необходимый объем инвестиций на открытие предприятия по франшизе, тыс.руб. | Число предприятий, открытых по франшизе в РФ |
|---|----------------------------------|--|--|--|
| 1 | Subway | Сеть ресторанов быстрого обслуживания | 4 000 000 - 6 000 000 руб. | 644 |
| 2 | Додо Пицца | Международная сеть пиццерий в "среднем" ценовом сегменте с фокусом на доставку | 5 000 000 - 16 000 000 руб. | 346 |
| 3 | 220 вольт | Ведущий интернет-магазин по продаже инструмента и оборудования, а также крупнейшая DIY сеть розничных магазинов. | 2 300 000 - 7 000 000 руб. | 237 |
| 4 | Сушишоп | Магазины суши и вок | 1 250 000 - 2 500 000 руб. | 250 |
| 5 | Пив&КО | Магазины разливного пива | 1 900 000 - 3 200 000 руб. | 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"⁵.

Был проведен 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.

¹ Российская Ассоциация Франчайзинга [Электронный ресурс] <https://rusfranchise.ru/>.

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.

FEATURES OF THE FORMATION AND PROBLEMS OF THE DEVELOPMENT OF THE FRANCHISE RELATIONSHIP SYSTEM

© 2019 Meftakhova Elmira Mazgutovna
Student
Samara National Research University
E-mail: elyameft@mail.ru

The article is devoted to the study of franchise relations in the Russian market. Proposed solutions to problems for the effective development of franchising in the Russian Federation. The analysis of the best franchising companies in the world, as well as a survey among students of Samara University about their preferences in the field of franchising companies.

Keywords: franchising, entrepreneurial activity, prospects.

УДК 336.22
Код РИНЦ 06.00.00

ЦИФРОВИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ФЕДЕРАЛЬНОЙ НАЛОГОВОЙ СЛУЖБЫ

© 2019 Михалева Оксана Леоновна
кандидат экономических наук, доцент
© 2019 Стаканова Наталья Сергеевна
студент

Самарский государственный экономический университет
E-mail: mikhaleva2007@yandex.ru, stakanova98@mail.ru

В статье рассматриваются продукты цифровизации Федеральной налоговой системы России, среди которых АИС "Налог-3", АСК "НДС-2", реестр ЗАГС, система маркировки продуктов легкой промышленности и прочие налоговые сервисы, позволяющие консолидировать необходимые данные о налогоплательщиках, а также проанализировать верность начисления и уплаты налогов. Также в рамках статьи были рассмотрены технологии, лежащие в основе цифровизации налогового администрирования. Результатом можно считать выявление плюсов и минусов в цифровизации ФНС России на данном этапе ее развития.

Ключевые слова: налоговые сервисы, налоговое администрирование, ФНС, информатизация, Big Data.