



# Франшиза затянула в бизнес

Готовая бизнес-модель сегодня остается наиболее востребованной формой предпринимательской деятельности. Начинать дело с нуля, основываясь только на собственной бизнес-идее, рисковать вложениями коммерсанты готовы гораздо реже. Только в Сибири за прошлый год количество франшиз выросло на 7% в сравнении с годом ранее. Многие сибирские бренды, освоив домашний регион и став крупными локальными сетями, начали экспансию в Центральный федеральный округ. Впрочем, прирастая в количестве, рынок франшиз зачастую теряет в качестве, и нередко молодые франшизы оказываются «сырыми», предупреждают аналитики.

— Тенденции —

В настоящий момент, по данным franshiza.ru, в России насчитывается около 2780 франшиз. За год по количеству предложений рынок вырос на 7% (в 2019-м рост год к году составил 16%). При этом 71% франшиз — региональные, то есть франчайзер развивает и управляет франчайзинговой сетью из субъекта РФ. «Сибирь — традиционно активный регион по количеству франшиз: как и в целом по России, их количество в округе за прошлый год увеличилось на 7%. Многие сибирские бренды доходят до Москвы, уже будучи довольно крупными локальными сетями, то есть начинают продажу франшизы с соседних городов и областей и только после этого приступают к продвижению на федеральном уровне», — говорит руководитель каталога франшиз franshiza.ru Анна Рождественская.

Крупнейшими в Сибири по количеству реализованных франшиз, по данным franshiza.ru, являются компании СДЭК (Новосибирск, более 3 тыс. офисов франчайзи), Fit Service (Новосибирск, более 210 франчайзи), Smarty Kids (Новосибирск, более 300 центров), «33 пингвина» (Томск, более 1 тыс. точек) и «Суши-маркет» (Омск, более 400 точек).

В компании «Альтера инвест» крупнейшими также называют справочник фирм на карте города 2ГИС (Новосибирск, более 80 франчайзинговых проектов). «Все эти сети из Новосибирска, и все они на протяжении последних трех лет попадают в рейтинг 30 лучших франшиз от Forbes. В 2020 году в группе инвестиций в открытие точки от 5 до 25 млн руб. 2ГИС оказалась на втором месте, Fit Service — на третьем. Опередила их только американская франшиза Pura John's. В группе инвестиций до 1 млн руб. первое место заняла компания СДЭК», — говорит руководитель проектов отдела производства и консалтинга компании «Альтера инвест» Артем Костянков.

Генеральный директор ЕМТГ (организатор выставки бизнеса по франчайзингу) Екатерина Сойка успешными сибирскими проектами называет студии лазерной

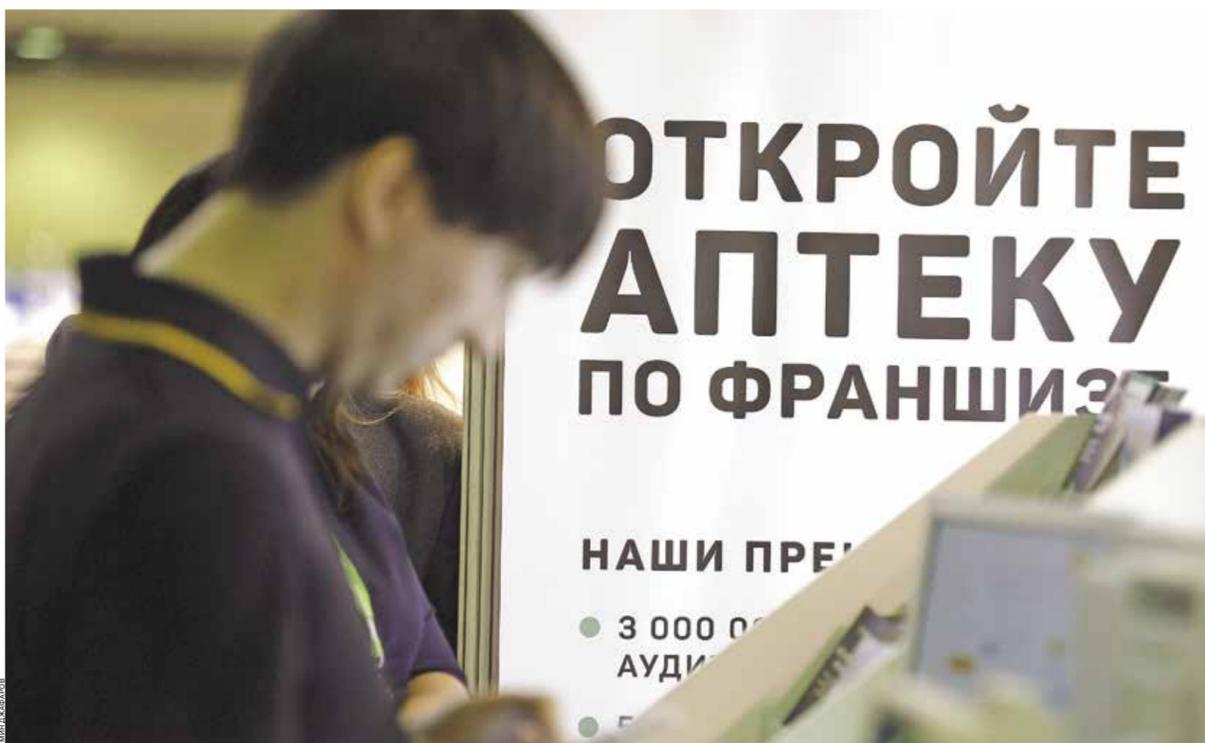
эпиляции Laser Love (Новосибирск, 300 студий в РФ и СНГ), бургерные МясоRoob (Новосибирск, 25 ресторанов), TomYumBar (Новосибирск, 10 ресторанов), в фэшн-ритейле — магазины одежды Alexander Bogdanov (Омск, более 195 франчайзи).

**Пандемийный бизнес**

Тенденция на увеличение числа региональных франшиз существует уже больше 10 лет, и каждый год появляются новые, подчеркивает госпожа Рождественская. «И если раньше свои франчайзеры появлялись в городах-миллионниках, потом в полумиллионниках, то теперь можно встретить их и в совсем небольших городах», — добавляет она. В Сибирском федеральном округе доля франшиз общественного питания и продовольственной торговли выше, чем в среднем по России, — около 39% и 11% соответственно. На сферу услуг приходится до 34%.

Самыми привлекательными для покупателей франшиз в округе сегодня, по данным franshiza.ru, являются инвестиционные проекты до 1 млн руб. При этом за кризисный год (в период локдауна) доля таких «низкобюджетных» покупателей франшиз увеличилась с 65 до 72%. «Соответственно, важным критерием в покупке франшиз становится их стоимость. Зачастую среди конкурентных предложений покупатели выбирают не франшизу с самой сильной поддержкой, а франшизу с хорошим маркетингом и низкой ценой», — комментирует Анна Рождественская. По данным Российской ассоциации франчайзинга, до 2020 года наибольшей популярностью пользовались франшизы с паушальным взносом до 5 млн руб.

Со второй половины 2020 года произошло перераспределение рынка в сторону открытия проектов с низкими инвестициями (до 1 млн руб.), подтверждает Артем Костянков. «Люди сейчас не готовы вкладываться в крупные проекты. Также из-за коронавирусных ограничений закрылось много точек общественного питания, и люди боятся начинать бизнес в этой сфере, особенно с большими вложениями. Сейчас популярны франшизы лабораторных служб,



Зачастую среди конкурентных предложений покупатели выбирают не франшизу с самой сильной поддержкой, а франшизу с хорошим маркетингом и низкой ценой

аптек, сервисов доставки и продовольственной розницы», — считает спикер.

Меньше всего сделок по покупке франшизы в 2021 году отмечается в сегменте традиционного ритейла (так как потребитель ушел в сегмент онлайн-маркетплейсов), ресторанов и общественного питания, детского образования, а также бизнеса, работающего в торговых центрах и в сфере туризма.

Согласно данным franshiza.ru, оборот рынка франчайзинга (выручка франчайзинговых точек в России) в 2020 году сократился на 27% в сравнении с предыдущим годом и составил 2,04 трлн руб.

Портрет франчайзи (покупателя франшизы) вследствие пандемии также изменился, и сегодня готовый бизнес чаще приобретают собственники помещения, прежде сдававший площади малому бизнесу, но лишившийся арендаторов; несетевые «бизнесмены-одиночки», которые не смогли сами противостоять кризису; «предприниматели-конъюнктуристы», которые были настроены заработать на самых актуальных товарах и услугах (аптеки, продукты питания, маски, производство антисептиков, компании по банкротству), и «оптимисты» — небольшая доля бизнесменов, которые воспринимают кризис как период возможностей, либо ковид-диссиденты.

**Лидеры франчайзинга**

С каждым последующим годом работы с момента старта бизнеса по франшизе эти проекты обнаруживают большую прочность, чем самостоятельно открывшиеся стартапы, утверждают эксперты. Франшизы в то же время отмечают разнонаправленные тренды.

Так, по словам руководителя отдела развития СДЭК Даниила

Едемского, около 20% покупателей франшизы работают с компанией более пяти лет. «С начала франчайзинговой программы в 2010 году на сегодняшний день мы продали более 3,6 тыс. франшиз, из них закрылось 294 офиса. 18% франчайзи работают с нами более пяти лет. Основная причина закрытия франчайзи — грубые и неоднократные нарушения финансовой дисциплины», — отмечает он.

Директор и сооснователь международной сети автосервисов Fit Service Данил Соловьев говорит, что с момента старта было продано более 450 франшиз, но из них открылись только 260. «К сожалению, часть франчайзи не смогли решить вопрос с инвестициями, и в результате они находятся в подвешенном состоянии. На сегодня порядка 25% партнеров с нами больше пяти лет», — утверждает спикер.

Сеть «Суши-маркет» за 10 лет работы открыла более 400 точек по франшизе. «Из них 90% франчайзи с нами более пяти лет. Причину расторжения не могу назвать, так как мы не расторгли ни с кем договоры», — комментирует директор по франчайзингу сети Альберт Хамзин.

**Предпримчивое дело**

Росту рынка франчайзинга способствует административный фактор: регионы, согласно новой программе развития, должны инициировать появление местных франшиз и вывод их на федеральный уровень. «В условиях кризиса этот формат стал более надежной моделью ведения бизнеса. На это обратило внимание государство — франчайзерам и франчайзи выдают субсидии на открытие и обеспечение бизнеса. В 2021 году банки получили 8 млрд руб. для помощи МСП», — говорит Екатерина Сойка.

В частности, поддержка франчайзинга как приоритетного инструмента повышения числа небольших предприятий отображена в нацпроекте «Малое и среднее предпринимательство и поддержка

**ГЕОГРАФИЯ ФРАНЧАЙЗЕРОВ**

ИСТОЧНИК: FRANSHIZA.RU



индивидуальной предпринимательской инициативы».

Программы поддержки франшиз для малого и среднего бизнеса также разработаны регионами. К примеру, в Московской и Мурманской областях коммерсанты могут получить грант в размере до 1 млн руб. для оплаты роялти, паушального взноса, ремонта помещений или на закупку оборудования и другие расходы, связанные с приобретением франшизы.

Поддержка франчайзинга осуществляется и в Сибири. Так, фонды поддержки предпринимательства и ТПП Новосибирской области помогают в организации коллективных стоек региональных франчайзеров на выставках франшиз, что позволяет компаниям находить партнеров в разных регионах России и масштабировать бизнес. Грантовая поддержка увеличит количество работающих по франшизе предпринимателей и привлечет в регион новые компании, прогнозируют эксперты. «У ФНС, в свою очередь, появляется понимание, что франчайзинг — это не дробление бизнеса», — считает госпожа Сойка.

**Неспорные отношения**

Несмотря на то что есть позитивные факторы, развивающие рынок, на нем присутствуют и негативные, тормозящие его развитие. Например, сегодня в российском законодательстве отсутствуют такие понятия, как «франчайзинг», «франшиза», «франчайзинговый договор», «договор франчайзинга». Правоотношения франчайзера и франчайзи регулируются в рамках коммерческой концессии. «Франшизой сегодня может называться любое предприятие и любой проект и использовать методы недобросовестной конкуренции, не попадая под действие антимонопольного законодательства. Иначе говоря, нет законных оснований привлечь псевдофраншизы за обман потребителей и недобросовестную конкуренцию в отношении других участников рынка франшиз. Это специфика российского франчайзинга на конкретном этапе, но не исключительно национальная специфика. Через эти этапы прошли почти все развитые экономики, прежде чем урегулировали свои национальные рынки фран-

шиз введением правил/традиций делового оборота», — говорит PR-менеджер сети ресторанов быстрого обслуживания «Сабвэй Россия» Наталья Догосева.

Кроме этого, франчайзи отмечают невозможность принимать самостоятельные решения и зависимость от главного офиса — франшизера. «Большинство покупателей франшиз отмечают несоответствие результатов от использования франшизы ранее заявленным обещаниям. Таких несоответствий много: это и объем начальных инвестиций при открытии, и будущие доходы, и сроки окупаемости, и уровень поддержки, и тому подобное», — добавляет госпожа Догосева.

Директор по развитию в компании MyCarRental Максим Меженков приводит пример такого нечестного взаимодействия франчайзера и франчайзи. «В последнее время стало очень модно обещать вернуть паушальный взнос, если бизнес «не пошел». Но тут важно понимать, что компания-франчайзеру возвращать паушальный взнос невыгодно. Этот взнос — риск, который должен на себя брать франчайзи. Поэтому обычно обещание вернуть деньги так и остается обещанием», — делится спикер.

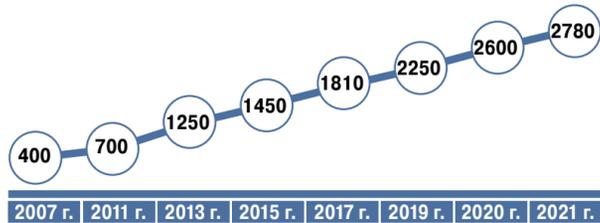
Кроме этого, из-за роста популярности франшизы рынок становится все менее сосредоточенным на качестве предлагаемого продукта, считает спикер. «Мало кто из предпринимателей стремится создать качественный продукт и успешно отстроиться от конкурентов. Обычно во франшизу пытаются завернуть местечковый средней руки бизнес», — говорит господин Меженков.

Тем не менее к концу 2021 года «Альтера инвест» прогнозирует стабилизацию на рынке и рост числа франшиз. «Ожидаем, что рынок франчайзинга вновь начнет прирастать интересными предложениями, а инвесторы почувствуют уверенность и вернуться к открытию крупных бизнесов при помощи франчайзинга», — делает вывод Артем Костянков. В то же время тренд на низкостоймостные франшизы, на службы доставки, пункты выдачи, медицину и сервис сохранится до конца этого года, уверены эксперты.

Лолита Белова

**ДИНАМИКА КОЛИЧЕСТВА ФРАНШИЗ В РОССИИ**

ИСТОЧНИК: FRANSHIZA.RU



**СТРУКТУРА ФРАНЧАЙЗИНГА В СИБИРИ (ПРЕДЛОЖЕНИЕ ФРАНШИЗ) В 2021 Г.**

ИСТОЧНИК: FRANSHIZA.RU



**ПРЕДЛОЖЕНИЕ ФРАНШИЗ ПО УРОВНЮ ИНВЕСТИЦИЙ В РОССИИ, 2021 Г.**

ИСТОЧНИК: FRANSHIZA.RU

