

РЕЙТИНГ ФРАНШИЗ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ МЕТОДИК ОЦЕНКИ

Н.И. Галанов

Научный руководитель: профессор, д.э.н. Д.М. Хлопцов

Национальный исследовательский Томский государственный университет,

Россия, г. Томск, пр. Ленина, 36, 634050

E-mail: galannik93@mail.ru

RAISING FRANCHISE: COMPARATIVE ANALYSIS OF ASSESSMENT METHODS

N.I. Galanov

Scientific Supervisor: Prof., Dr. D.M. Khloptsov

Tomsk State University, Russia, Tomsk, Lenin str., 36, 634050

E-mail: galannik93@mail.ru

***Abstract.** Creation of a rating of franchises, purposes and ways of their comparison in Russia.*

Введение. Составление рейтинга франшиз, цели и способы их сравнения в России.

В последние двадцать лет в мировом деловом сообществе и России в частности, набирает обороты такой вид бизнеса, как франчайзинг. Франчайзинг представляет собой вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчайзер) передает другой стороне (франчайзи) за плату право на определенный вид бизнеса, используя разработанную бизнес-модель его ведения.

Развитие франчайзинга в России влечет за собой быстрое и стремительное развитие малого и среднего предпринимательства в стране, в частности развитие регионов, стимулирование добросовестной конкуренции, повышение потребительского спроса на качественные товары и возможное прогнозирование потребительского поведения населения [1].

Огромный плюс франчайзинга – это возможности максимально широкого присутствия в регионах. Если в формате своего города бизнес развивается путем открытия новых филиалов, то в регионах это гораздо проще осуществлять через франчайзинг.[2]

Чем больше количество открывающихся точек, тем выше будет узнаваемость бренда. Такая ситуация приносит выгоду и франчайзеру, и франчайзи: для франчайзера это некая капитализация бренда, для франчайзи – изначальное доверие покупателей.

По результатам анализа тенденции развития франчайзингового бизнеса в России, можно сказать, что за последние 5 лет, по данным Российской Ассоциации Франчайзинга, рынок франчайзинга на территории Российской Федерации ежегодно увеличивается приблизительно на 25 %, однако за последний год снизился на 15 %, а общий объем рынка оценивается в 5 млрд. долларов [1].

Рейтинг франшиз необходим начинающим предпринимателям для возможности анализа и последующего определения наилучшего варианта открытия бизнеса.

Материалы и методы исследования. Методики и критерии позволяющие составлять рейтинги несут в себе субъективную информацию. Они дают возможности сравнения и анализа при выборе той или иной франшизы.

Для современного составления рейтинга франшиз выделяют 4 основных критериев:

- По количеству объектов в сети (число действующих франшиз во франчайзинговой сети)
- По динамике роста сети (быстрые темпы роста франчайзинговой сети могут говорить о том, что концепция привлекательна для инвесторов и востребована на рынке)
- По времени пребывания на рынке (чем дольше франчайзер присутствует на рынке, тем больше доверия у покупателей вызывает его франшиза)
- По количеству запросов (чем больше вопросов от будущих франчайзи получает в месяц франчайзер, тем выше его франшиза в нашем рейтинге)

На рисунке 1 представлен пример составления рейтинга по времени пребывания на рынке в днях.

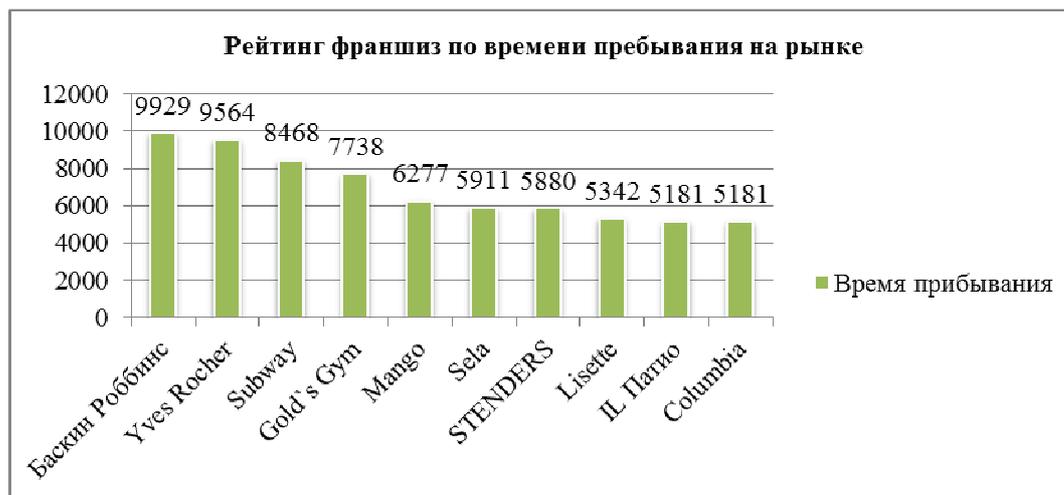


Рис. 1. Рейтинг по времени пребывания на рынке

Результаты. В данной таблице представлен рейтинг франшиз 2015 -2016 года по версиям РБК и Forbes. Результаты не совпадают, так как для оценки были использованы разные методики и критерии, что отображено в таблице 1.

Таблица 1

Рейтинг франшиз 2015 – 2016 гг.

Место в рейтинге	Рейтинг РБК	Рейтинг Forbes
1	«1С»	«Лабораторная служба Хеликс»
2	«Консультант Плюс»	СДЭК
3	Yves Rocher France	Unibrait
4	«Инвитро»	«Миэль»
5	«Гемотест лаборатория»	Samura
6	Subway	«СОЖ Синтез»
7	Vianor	Tea Funny
8	«Додо»	Respect
9	«33 пингвина»	«Мобильная мойка»
10	«220 вольт»	«Научное шоу профессора Николя»
11	«Тонус клуб»	Sugar Dance
12	«5 Пятерочка»	«Айкрафт Оптика»
13	Helix	Serginnetti
14	«Чибо партнер»	«ГлавДоставка»
15	«Компьютерный центр ДНС»	«Оранжевый слон»
16	«Суши шоп»	Burger Club
17	«Фармакопейка»	Yotto Group

Продолжение таблицы 1.

18	МВЕ Mail Boxes ETC	«Шоколадница»
19	«Эвалар»	2GIS
20	«От Лены Лениной»	Coffeeshop Company
21	Cordiant	«Слетать.ру»
22	OPS Office Print Service	«Сёма»
23	RMS Auto	«БетонБаза»
24	«Конфаэль»	«Инвитро»
25	«Гарант»	«Бэби-клуб»

Рейтинг РБК был создан по показателям регистрации перехода прав по договору коммерческой концессии (ДКК), подлежащих регистрации в Роспатенте. В связи с этим были использованы данные за прошедшие годы о наиболее известных товарных знаках, по которым зафиксирована передача прав, информация о расторгнутых договорах из этого списка, а так же количество договоров конкретной организации с партнерами. Отсюда следует, что рейтинг РБК хоть и охватывает значительную часть, но далеко не весь рынок франчайзинга.

В свою очередь Forbes, задействовали каталоги нескольких специализированных сайтов и свою базу данных. В отборе участвовали компании, которые продают франшизы с декабря 2014 года и запустили в работу не менее 50 точек независимо от размера стартовых вложений, а так же исключили тех, кто не представил финансовые показатели или закрыл в 2015 году более половины точек, открытых в том же году. Далее для оценки задействовали среднегодовую выручку одной точки, маржинальность, соотношение стартовых инвестиций и прибыли. Итогом анализа послужил список, который содержит 25 компаний.

Заключение. Исходя из проделанной работы видно, что подход к составлению рейтингов у РБК и Forbes существенно отличался, что сильно отразилось на итогах. Пример приведенный в статье показывает, что любые рейтинги подразумевают собой субъективную оценку и могут быть основаны на опросах или на сборе информации по тем или иным критериям на усмотрение составителей. Значимость того или иного рейтинга определяют качество выбранных показателей, количественный объем выборки, ее репрезентативность. И здесь как раз можно выделить один из камней преткновения заключающийся в том, что многие рейтинги основаны на данных, которые предоставляют сами франчайзеры, и нет возможности проверить достоверность информации.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Российская Ассоциация Франчайзинга. Как развивается франчайзинг в России: проблемы и перспективы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rusfranch.ru/presscenter/newsraf/304/>
2. Клонирование бизнеса. Франчайзинг и другие модели быстрого роста / Под ред. С. Ватутин, М. Тришин. – Санкт-Петербург.: Питер, 2014. – 161 с.
3. Рейтинг РБК: топ-30 самых популярных франшиз 2015 года [Электронный ресурс].— Режим доступа: http://www.rbc.ru/ratings/own_business/01/06/2016/574e7d319a79476491001624
4. Рейтинг франшиз 2015-2016 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://franshiza.ru/article/read/reiting_franshiza_2015_2016/