



НАЦИОНАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО
ФИНАНСОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

О КОМПАНИИ НАФИ

Национальное агентство финансовых исследований (НАФИ) — первая в России исследовательская компания, профессионально специализирующаяся на изучении финансового поведения населения и бизнеса. Основана в 2006 году и является независимой коммерческой исследовательской организацией.

НАШИ ПОДХОДЫ

- ▶ НАФИ — исследовательская компания полного цикла, использующая весь спектр самых передовых методов и технологий сбора и анализа данных, адаптированных под особенности финансовой сферы.
- ▶ Нашим клиентам мы предлагаем различные форматы сотрудничества: проведение индивидуальных заказных исследований, исследований омнибусного типа, участие в синдицированных проектах, продажу готовых отчетов. Исследования охватывают все сферы финансового рынка: от массовых продуктов и услуг до специальных программ обслуживания VIP-клиентов.

НАШИ КЛИЕНТЫ

- ▶ Клиентами НАФИ являются российские и зарубежные коммерческие компании, в числе которых ведущие кредитные организации, страховые и инвестиционные компании, органы государственной власти, общественные российские и международные организации, работающие в финансовой сфере, а также рекламные и коммуникационные агентства.
- ▶ В последние годы опыт и профессионализм позволили нам выйти на смежные рынки. Специализация НАФИ расширилась: активно и успешно мы проводим исследования в сфере недвижимости и строительства, на рынке телекоммуникационных услуг.

 **Телефон:**
+7 (495) 982-50-27

 **E-mail:**
info@nacfin.ru

 **Сайт:**
www.nacfin.ru
www.facebook.com/nacfin

ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ И ОТНОШЕНИЕ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ К ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ СИСТЕМЕ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА

В феврале 2015 года Национальным агентством финансовых исследований (НАФИ) при поддержке Российской ассоциации франчайзинга (РАФ) было проведено всероссийское исследование, посвященное изучению осведомленности предпринимателей о различных аспектах организации и ведения бизнеса по франчайзинговой схеме, а также отношения к ней.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для оценки уровня осведомленности и отношения российских предпринимателей к франчайзинговой системе ведения бизнеса было проведено социологическое исследование, состоящее из серии формализованных телефонных интервью с представителями российского бизнеса.

Выборка исследования составила 500 человек — руководящие сотрудники предприятий, принимающие финансовые решения (генеральный директор и его первые заместители, коммерческий директор, финансовый директор, главный бухгалтер, начальники департаментов и отделов). Выборка построена на основе данных Росстата об отраслевом распределении предприятий по регионам, а также размере бизнеса (использованы два критерия — по обороту и численности сотрудников).

Погрешность выборки не превышает 4%.

Метод проведения исследования: формализованные телефонные интервью (CATI) с представителями целевой аудитории — руководящими сотрудниками российских предприятий различного размера: малого, среднего и крупного бизнеса.

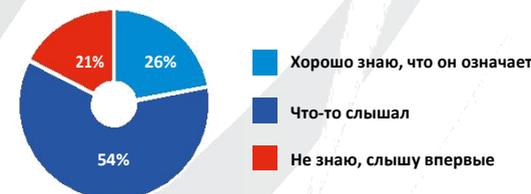
ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ИССЛЕДОВАНИЯ:

- Уровень осведомленности о франчайзинге в целом можно считать достаточно высоким: более половины опрошенных предпринимателей по крайней мере имеют об этом общее представление и сообщили, что они что-то слышали о франчайзинге. Еще четверть опрошенных предпринимателей отметили, что они хорошо знают, что такое франчайзинг, из них две трети смогли верно охарактеризовать суть ведения бизнеса по данной схеме. Около четверти предполагали, что за франчайзингом стоит открытие филиалов или сетевой бизнес, а также выкуп бизнеса или идей.
- Среди предпринимателей, корректно понимающих, что из себя представляет франчайзинг, до половины заняты в сфере оптовой и розничной торговли, почти пятая часть — в сфере операций с недвижимостью или строительства.
- Франчайзинг у бизнесменов в первую очередь ассоциируется со сферами общественного питания, торговли и услуг.
- По уровню известности с заметным отрывом от остальных лидирует сеть ресторанов быстрого питания McDonald's, которую упомянул каждый второй опрошенный; почти втрое реже предприниматели называли фирму «1С».
- До половины представителей бизнеса (45%), осведомленных о франчайзинге, сообщили, что, по их мнению, сегодня в России работать по франшизе для предпринимателей выгодно.
- Основным преимуществом ведения бизнеса по франчайзинговой схеме называлась возможность работать от имени известного бренда и по отработанной бизнес-модели, о чем сказал каждый третий предприниматель.
- К числу самых серьезных недостатков относили наличие большого числа ограничений со стороны правообладателя, а также высокую стоимость франшиз.
- Среди опрошенных предпринимателей каждый пятый потенциально заинтересован в приобретении франшизы, но в настоящее время либо столкнулся с трудностями, либо занят поиском подходящей франшизы.
- В ведении бизнеса по франчайзинговой схеме в первую очередь заинтересованы представители малого и среднего бизнеса.
- Осведомленность российских предпринимателей о Российской ассоциации франчайзинга в настоящее время находится на невысоком уровне: хорошо знают о данной организации 5% предпринимателей, понимающих, что такое франчайзинг, и еще пятая часть опрошенных этой группы что-то слышали о РАФ.

ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ О ФРАНЧАЙЗИНГЕ

Для начала предпринимателям предлагалось оценить свой уровень осведомленности относительно того, что такое франчайзинг. Чуть более четверти опрошенных (26%) ответили, что хорошо знают, что это такое, еще более половины (54%) что-то слышали об этом. Каждый пятый (21%) сообщил, что не знаком с данным термином вовсе (*Рисунок 1*).

Рисунок 1. Распределение ответов на вопрос: «Знаете ли Вы или слышите сейчас впервые о таком термине, как «франчайзинг»?», в % от всех опрошенных



Наименьший уровень осведомленности продемонстрировали представители бизнеса в сфере сельского и лесного хозяйства, охоты и рыболовства: треть опрошенных этой группы сообщили, что впервые слышат термин «франчайзинг». Чаще остальных осведомленными в данном вопросе себя считали представители оптовой и розничной торговли: до

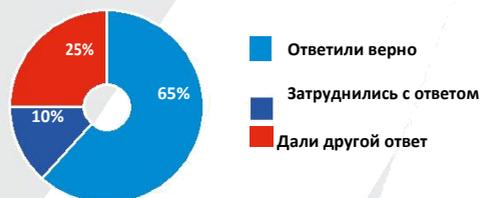
30% из них отметили, что хорошо понимают значение термина франчайзинг и каждый второй по крайней мере что-то слышал о нем (Таблица 1).

Таблица 1. Распределение ответов на вопрос: «Знаете ли Вы или слышите сейчас впервые о таком термине, как «франчайзинг»?», в % от всех опрошенных в разрезе по отраслям бизнеса

Отрасль бизнеса	Хорошо знаю, что он означает	Что-то слышал	Не знаю, слышу впервые
Сельское хозяйство, охота и лесное хозяйство, рыболовство, рыбоводство	18	53	29
Добыча полезных ископаемых / Обрабатывающие производства / Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	25	49	26
Строительство	15	59	26
Оптовая и розничная торговля, ремонт автотранспортных средств	29	50	21
Гостиницы и рестораны	31	62	8
Транспорт и связь	25	50	25
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	31	61	8
Образование / Здравоохранение и предоставление социальных услуг / Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	20	65	15

Предпринимателям, сообщившим, что они осведомлены в данном вопросе, было предложено объяснить, что они понимают под термином «франчайзинг». Две трети опрошенных смогли верно объяснить суть франчайзинга, отвечая, что в их понимании ведение бизнеса по данной схеме означает предпринимательство под именем и по схеме работы известного бренда. Каждый десятый затруднился с ответом и еще четверть дали некорректную интерпретацию, предполагая, что франчайзинг означает выкуп бизнеса, приобретение идеи или торговой марки, открытие филиала; имели место предположения о том, что это определенный банковский продукт (Рисунок 2).

Рисунок 2. Распределение ответов на вопрос: «Как бы Вы кратко могли охарактеризовать, что из себя представляет франчайзинг?», в % от опрошенных, осведомленных о франчайзинге



Все опрошенные представители крупного бизнеса смогли безошибочно определить, что из себя представляет франчайзинг. Среди предпринимателей, из малого и среднего бизнеса правильные ответы дали около двух третей опрошенных (63-65%), до 15% затруднились с ответом и около четверти (21-28%) имеют ложное представление о сути ведения бизнеса по франчайзинговой схеме (Рисунок 3).

Рисунок 3. Распределение ответов на вопрос: «Как бы Вы кратко могли охарактеризовать, что из себя представляет франчайзинг?», в % от опрошенных, осведомленных о франчайзинге, в разрезе по размеру бизнеса



Среди предпринимателей, которые смогли верно охарактеризовать термин «франчайзинг», до половины (43%) являются представителями оптовой и розничной торговли или сферы ремонта автотранспортных средств. Почти каждый пятый (18%) занимается операциями с недвижимым имуществом и около десятой части (11%) — строительством. До 15% ведут бизнес в сегменте обрабатывающего производства и добычи полезных ископаемых или производства и распределения электроэнергии, газа и воды. До 5% опрошенных, осведомленных о франчайзинге и правильно определяющих суть этого понятия, являются представителями бизнеса в сфере транспорта, образования / здравоохранения или других социальных услуг, заняты гостиничным или ресторанным бизнесом, а также сельским хозяйством (Рисунок 4).

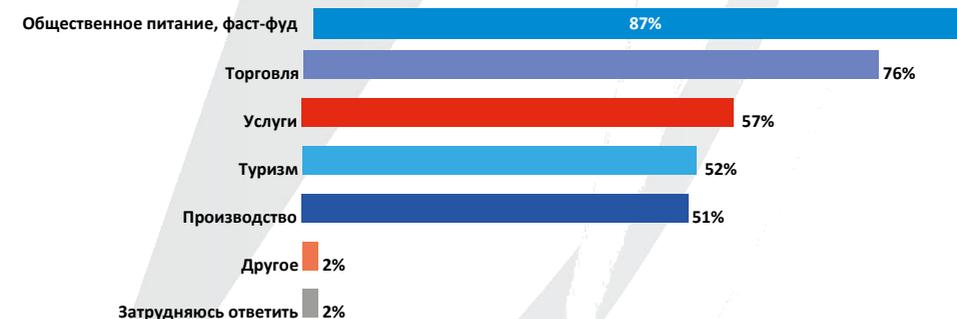
Рисунок 4. Распределение ответов на вопрос: «Как бы Вы кратко могли охарактеризовать, что из себя представляет франчайзинг?», в % от опрошенных, правильно определивших значение термина «франчайзинг», в разрезе по отраслям бизнеса



НАИБОЛЕЕ ИЗВЕСТНЫЕ ФРАНШИЗЫ

У подавляющего большинства осведомленных опрошенных франчайзинг в первую очередь ассоциируется со сферой общественного питания (87%) и торговли (76%). Третью позицию по частоте упоминания связанных с франчайзингом направлений бизнеса занимает сфера услуг — данный вариант ответа выбрали до двух третей опрошенных (57%). Почти каждый второй предприниматель упомянул туризм (52%) и производство (51%) (Рисунок 5).

Рисунок 5. Распределение ответов на вопрос: «С какими сферами бизнеса у Вас ассоциируется франчайзинг?», в % от опрошенных, осведомленных о франчайзинге



Приводя примеры наиболее известных франшиз, респонденты чаще всего называли рестораны быстрого питания и кафе, такие как McDonald's, о котором вспомнил почти каждый второй опрошенный (49%), Subway (14%), KFC (8%), Burger King (4%), «Шоколадница» (4%) и другие (15%). Второе место по известности заняла фирма «1С», о франчайзинговой форме организации бизнеса которой осведомлены до 15% опрошенных. Почти каждый десятый знает о том, что компания «Лукойл» также предоставляет возможность покупки франшизы. В сумме почти десятая часть опрошенных упоминали различные магазины одежды, такие как Zara, Mango, Adidas, Zolla, H&M. Чуть реже предприниматели называли франшизы из сферы продовольственного ритейла («Магнит» и проч.), магазины электроники и бытовой техники, а также фитнес-центры и салоны красоты (Рисунок 6).

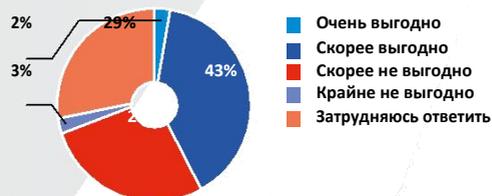
Рисунок 6. Распределение ответов на вопрос: «Приведите, пожалуйста, 2-3 примера известных Вам франшиз», в % от опрошенных, осведомленных о франчайзинге



ОЦЕНКА ВЫГОДНОСТИ ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА ПО ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ СХЕМЕ

До половины (45%) представителей бизнеса, осведомленных о франчайзинге, сообщили, что, по их мнению, сегодня в России работать по франшизе для предпринимателей выгодно. Противоположной точки зрения придерживались чуть более четверти опрошенных (26%). Еще около трети (29%) не смогли дать оценку выгодности данной схемы ведения бизнеса (Рисунок 7).

Рисунок 7. Распределение ответов на вопрос: «Если говорить в целом, по Вашим оценкам, выгодно ли сегодня предпринимателям в России работать по франшизе?», в % от опрошенных, осведомленных о франчайзинге



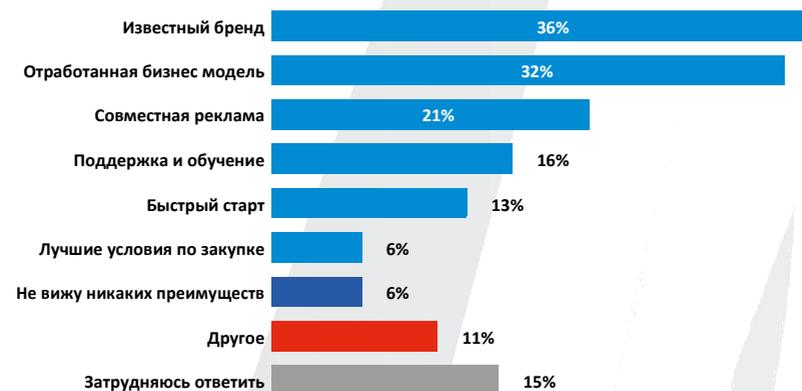
До половины представителей малого и крупного бизнеса (47% и 50% соответственно) и до 40% представителей среднего бизнеса считают, что предпринимателям в России выгодно работать по франчайзинговой схеме. Противоположной позиции придерживается почти каждый второй опрошенный представитель крупного бизнеса (50%), треть представителей среднего бизнеса (33%) и до четверти (23%) — малого бизнеса (Рисунок 8).

Рисунок 8. Распределение ответов на вопрос: «Если говорить в целом, по Вашим оценкам, выгодно ли сегодня предпринимателям в России работать по франшизе?», в % от опрошенных, осведомленных о франчайзинге, в разрезе по размеру бизнеса



Основными преимуществами ведения бизнеса по франчайзинговой схеме, по мнению предпринимателей, являются возможность работать от имени известного бренда и по отработанной бизнес-модели, о чем сказал каждый третий опрошенный предприниматель (36% и 34%). Почти каждый пятый несомненным преимуществом назвал наличие совместной рекламы, возможность не расходовать на эту статью лишние средства (21%). Около 15% представителей бизнеса среди достоинств упомянули наличие поддержки, обучающих программ, организуемых франчайзером (16%), а также возможность быстрого старта бизнеса (13%). Предприниматели отмечали, что ведение бизнеса по франчайзинговой схеме является менее рискованным и более простым, чем открытие собственного дела (Рисунок 9).

Рисунок 9. Распределение ответов на вопрос: «Какие Вы видите преимущества в открытии и ведении бизнеса по франчайзинговой схеме?», в % от опрошенных, осведомленных о франчайзинге



К числу самых серьезных недостатков треть предпринимателей отнесли наличие большого числа ограничений со стороны компании-правообладателя (31%), а также высокую стоимость франшиз (29%). Почти каждый десятый опрошенный проявляет недоверие к такому способу организации бизнеса. Реже предприниматели к числу недостатков относили отсутствие доступной информации (4%), сложность организации бизнеса по данной схеме (2%), необходимость отдавать часть прибыли франчайзеру. Почти каждый десятый ответил, что не видит недостатков в данной схеме организации бизнеса (8%) (Рисунок 10).

Рисунок 10. Распределение ответов на вопрос: «Какие Вы видите недостатки?», в % от опрошенных, осведомленных о франчайзинге



Среди опрошенных предпринимателей не более 2% сообщили, что бизнес, которым они в настоящее время занимаются, организован по франчайзинговой схеме. При этом почти каждый пятый (18%) хотел бы приобрести франшизу, но в настоящее время видит ограничения, такие, например, как нестабильность общей экономической ситуации, нехватку финансов, личную неуверенность. Часть предпринимателей заняты поиском подходящих условий и подробным изучением данного вопроса.

Около 80% опрошенных сообщили, что на данный момент они не заинтересованы в покупке франшизы (Рисунок 11).

Рисунок 11. Распределение ответов на вопрос: «Хотели бы Вы лично заняться бизнесом по франшизе?», в % от опрошенных, осведомленных о франчайзинге



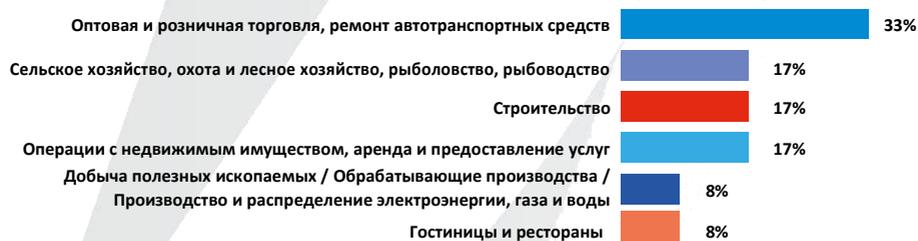
Наибольшая доля заинтересованных в ведении бизнеса по франчайзинговой схеме была среди опрошенных в группе малого бизнеса, где около пятой части (21%) сообщили, что они задумывались над тем, чтобы стать франчайзи, но в настоящее время либо заняты поиском подходящей франшизы или столкнулись с определенными сложностями. Аналогичной позиции придерживаются 15% опрошенных представителей среднего бизнеса, в то время как опрошенные представители крупного бизнеса заинтересованности во франчайзинге не выразили (Рисунок 12).

Рисунок 12. Распределение ответов на вопрос: «Хотели бы Вы лично заняться бизнесом по франшизе?», в % от опрошенных, осведомленных о франчайзинге, в разрезе по размеру бизнеса



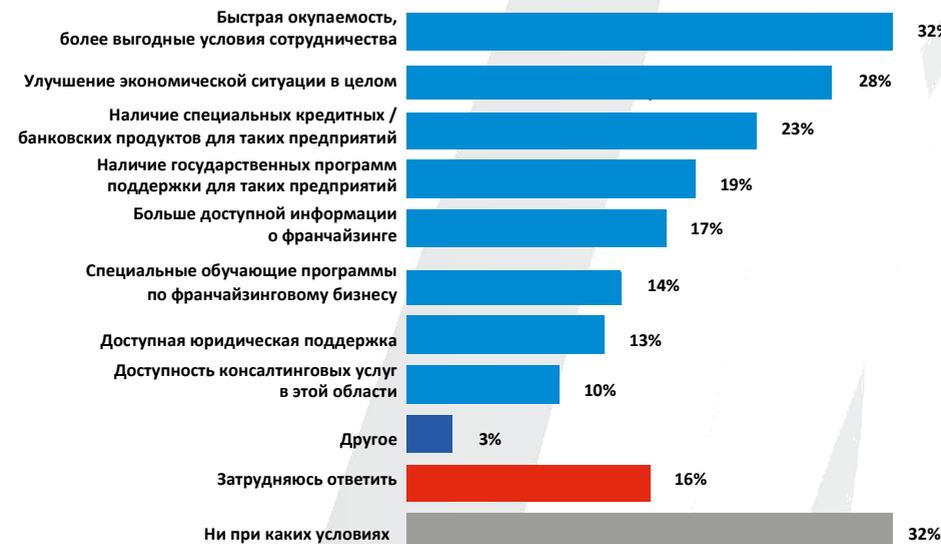
Среди заинтересованных в ведении бизнеса по франчайзинговой схеме было около трети представителей оптовой и розничной торговли (33%), чуть более 15% приходилось на долю бизнесменов, занимающихся операциями с недвижимым имуществом, строительством или сельским хозяйством. До 10% опрошенных, сообщивших, что они хотели бы заняться бизнесом по франшизе, в настоящее время занимаются гостиничным и ресторанным бизнесом или заняты в сфере, связанной с добычей, обработкой полезных ископаемых или производством и распределением электроэнергии, газа и воды (Рисунок 13).

Рисунок 13. Распределение ответов на вопрос: «Хотели бы Вы лично заняться бизнесом по франшизе?», в % от опрошенных, осведомленных о франчайзинге и заинтересованных в ведении бизнеса по франчайзинговой схеме, в разрезе по отраслям бизнеса



В ходе интервью предприниматели отвечали на вопрос о том, что, по их мнению, могло бы стимулировать бизнесменов чаще вести бизнес, организованный по франчайзинговой схеме. Почти каждый третий (32%) залогом успешного развития данного направления считает возможность быстрой окупаемости бизнеса и предоставление более выгодных условий сотрудничества (32%). Еще около 30% предпринимателей посчитали, что развитию франчайзинга может способствовать улучшение экономической ситуации в целом (28%). Почти четверть опрошенных к значимым условиям относили наличие специальных банковских продуктов для предприятия, покупающих франшизы (23%) и еще около пятой части — государственную поддержку (19%) и наличие большего объема доступной информации о франчайзинге (17%). До 15% опрошенных обратили внимание на значение информационной поддержки, заключающейся в организации специальных обучающих программ по франчайзинговому бизнесу (14%), юридической поддержке (14%) и доступности консалтинговых услуг (10%) (Рисунок 14).

Рисунок 14. Распределение ответов на вопрос: «При каких условиях такие предприниматели, как Вы, стали бы активнее открывать бизнес по франчайзинговой схеме?», в % от опрошенных



ОСВЕДОМЛЕННОСТЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ О РОССИЙСКОЙ АССОЦИАЦИИ ФРАНЧАЙЗИНГА

О существовании Российской ассоциации франчайзинга осведомлены чуть более четверти опрошенных предпринимателей (26%), знающих о том, что такое франчайзинг, из них 20% лишь что-то слышали о данной организации и 5% хорошо знают, чем она занимается (Рисунок 15).

Рисунок 15. Распределение ответов на вопрос: «Слышали ли Вы когда-либо или слышите сейчас впервые о Российской ассоциации франчайзинга?», в % от опрошенных, осведомленных о франчайзинге



Заинтересованность в личном участии в обучающих программах Российской ассоциации франчайзинга продемонстрировали около пятой части опрошенных предпринимателей (18%), в основном, это желающие в перспективе заняться бизнесом по франчайзинговой схеме, но столкнулись с теми или иными трудностями или барьерами в ходе принятия такого решения (Рисунок 16).

Рисунок 16. Распределение ответов на вопрос: «Хотели бы Вы принять участие в обучающих программах Российской ассоциации франчайзинга для предпринимателей?», в % от опрошенных, осведомленных о РФ

