

Писчикова Е.А.

студент

Научный руководитель: Лебедев А.Н., д.э.н.,

Московский государственный педагогический университет

Аннотация: Статья представляет собой комплексное исследование методик расчета рентабельности франшиз с акцентом на практическое применение финансовых показателей. В работе детально анализируются ключевые аспекты оценки инвестиционной привлекательности франчайзинговых проектов, включая особенности расчетов как со стороны франчайзеров, так и франчайзи.

Основное внимание уделяется системе взаимосвязанных финансовых показателей: *ROI* (рентабельность инвестиций), сроку окупаемости, рентабельности продаж (*ROS*) и маркетинговым инвестициям (*ROMI*). Автор предлагает адаптированные формулы расчета с практическими примерами их применения, учитывая специфику франчайзинговых операций.

Ключевые слова: франчайзинг, рентабельность инвестиций, срок окупаемости, финансовые показатели, бизнес-модель, оценка франшизы, *ROI*, *ROMI*, *ROS*.

Pischikova E.A.

student.

Scientific director: Lebedev A.N.

Doctor of Economics

Moscow State Pedagogical University

Abstract: *The article is a comprehensive study of methods for calculating franchise profitability with an emphasis on the practical application of financial indicators. The paper analyzes in detail the key aspects of assessing the investment attractiveness of franchise projects, including the specifics of calculations by both franchisors and franchisees.*

The main focus is on a system of interrelated financial indicators: ROI (return on investment), payback period, return on sales (ROS) and marketing investments (ROMI). The author offers adapted calculation formulas with practical examples of their application, taking into account the specifics of franchise operations.

Keywords: *franchising, return on investment, payback period, financial performance, business model, franchise valuation, ROI, ROMI, ROS.*

РАСЧЕТ РЕНТАБЕЛЬНОСТИ ФРАНШИЗЫ.

Франчайзинг как модель ведения бизнеса предлагает предпринимателям отработанную концепцию, узнаваемый бренд и комплексную поддержку, что значительно снижает риски по сравнению с самостоятельным запуском бизнеса. Однако ключевым фактором, определяющим успешность такого предприятия, остается его

рентабельность. Компании, рассматривающей покупку франшизы, необходимо провести тщательный расчет экономической эффективности по нескольким причинам.

Во-первых, первоначальные инвестиции во франшизу зачастую включают не только паушальный взнос, но и значительные затраты на оборудование, ремонт, маркетинг и оборотные средства. Без точного прогноза доходности существует риск недооценки реальных расходов, что может привести к кассовым разрывам уже на этапе запуска. Во-вторых, даже успешные франчайзинговые сети демонстрируют разную доходность в зависимости от региона, локации и уровня конкуренции. Без учета этих факторов предприниматель может столкнуться с завышенными ожиданиями и низкой фактической прибыльностью.

Кроме того, обязательные платежи (роялти, маркетинговые отчисления) и условия договора франчайзинга напрямую влияют на чистую прибыль. Некорректный расчет рентабельности может привести к ситуации, когда бизнес формально работает «в плюс», но после всех отчислений франчайзеру не приносит ожидаемой доходности инвестору.

Таким образом, оценка рентабельности франшизы — это не просто формальность, а необходимый этап, позволяющий избежать финансовых ошибок, правильно спланировать бюджет и сроки окупаемости, а также выбрать наиболее перспективное направление для инвестиций. В данной статье рассматривается комплексный подход к расчету ключевых показателей эффективности франшизы, который поможет предпринимателям принимать обоснованные управленческие решения.

В современной предпринимательской среде франчайзинг продолжает оставаться одним из наиболее востребованных механизмов бизнес-экспансии, сочетающим в себе преимущества готовой бизнес-модели и относительно предсказуемые экономические результаты. Однако ключевым аспектом, определяющим целесообразность инвестиций во

франчайзинговый проект, выступает точный расчет его рентабельности, требующий многофакторного анализа и критического осмысления предоставляемых данных.

Методология оценки рентабельности франшизы базируется на системе взаимосвязанных финансовых показателей, каждый из которых раскрывает определенный аспект экономической эффективности. Центральное место в этом анализе занимает показатель ROI (Return on Investment), рассчитываемый как отношение чистой прибыли к объему инвестиций, выраженное в процентном отношении. Практическое применение данной формулы демонстрирует, что даже при формально положительных значениях (например, ROI 15-20%) проект может оказаться менее выгодным по сравнению с альтернативными вариантами капиталовложений, особенно при учете фактора риска и ликвидности.

Не менее значимым параметром выступает расчет срока окупаемости (Payback Period), который в условиях высокой волатильности потребительского спроса требует обязательной корректировки на региональные особенности и сезонные колебания выручки. Особого внимания заслуживает показатель ROMI (Return on Marketing Investment), позволяющий оценить эффективность маркетинговых затрат, которые в франчайзинговых моделях часто составляют значительную долю операционных расходов.

Принципиально важным аспектом исследования является дифференциация подходов к расчету рентабельности между франчайзерами и франчайзи. Франчайзеры, как правило, оперируют усредненными показателями по сети, которые могут существенно отличаться от реальных результатов отдельных предприятий в зависимости от их локации, уровня конкуренции и специфики местного потребительского поведения. В частности, заявленная средняя выручка по сети часто отражает показатели наиболее успешных точек в престижных

торговых центрах, тогда как предприятия в спальных районах могут демонстрировать вдвое меньшие результаты.

Со стороны франчайзи требуется значительно более детализированный подход к расчетам, включающий:

- тщательный анализ локального рынка и реальной проходимости
- учет всех обязательных платежей (роялти, маркетинговые отчисления)
- оценку условий поставок и возможных ограничений
- прогнозирование кадровых затрат с учетом региональных особенностей

Практика показывает, что даже при формально привлекательных условиях франшизы (например, заявленной рентабельности 25-30%) совокупность дополнительных расходов и обязательных отчислений может снижать реальную доходность проекта до 10-15%, что существенно увеличивает срок окупаемости и снижает инвестиционную привлекательность.

В качестве иллюстрации можно рассмотреть кейс франшизы кофейни с первоначальными инвестициями 4 млн рублей. При ежемесячной выручке 1 млн рублей и совокупных расходах 700 тыс. рублей (включая обязательные 5% роялти) чистая прибыль составит 300 тыс. рублей, что формально дает срок окупаемости около 13 месяцев. Однако при снижении выручки на 20% (что является типичным сценарием в условиях экономической нестабильности) срок окупаемости увеличивается до 18-20 месяцев, существенно изменяя экономику проекта.

В условиях развития франчайзинговых моделей ведения бизнеса особую актуальность приобретает вопрос точного расчета рентабельности таких проектов. Методика оценки экономической эффективности

франшизы основывается на применении ряда финансовых показателей, каждый из которых требует детального рассмотрения.

Основным инструментом анализа служит показатель ROI (Return on Investment), рассчитываемый по формуле:

$$ROI = ((\text{Чистая прибыль} - \text{Инвестиции}) / \text{Инвестиции}) \times 100\%$$

Например, при вложениях 3 млн рублей и годовой чистой прибыли

1,2 млн рублей:

$$ROI = ((1\ 200\ 000 - 3\ 000\ 000) / 3\ 000\ 000) \times 100\% = -60\%,$$

что свидетельствует об убыточности проекта.

Не менее важным является расчет срока окупаемости (PP):

$$PP = \text{Первоначальные инвестиции} / \text{Среднемесячная чистая прибыль}$$

Для инвестиций 2,5 млн рублей и ежемесячной прибыли 200 тыс.

рублей:

$$PP = 2\ 500\ 000 / 200\ 000 = 12,5 \text{ месяцев}$$

Особое значение имеет показатель рентабельности продаж (ROS):

$$ROS = (\text{Чистая прибыль} / \text{Выручка}) \times 100\%$$

При выручке 1 млн рублей и чистой прибыли 150 тыс. рублей:

$$ROS = (150\ 000 / 1\ 000\ 000) \times 100\% = 15\%$$

Для оценки эффективности маркетинговых затрат применяется показатель ROMI:

$$ROMI = ((\text{Прибыль от маркетинга} - \text{Затраты на маркетинг}) / \text{Затраты на маркетинг}) \times 100\%$$

При маркетинговых расходах 100 тыс. рублей и дополнительной прибыли 300 тыс. рублей:

$$ROMI = ((300\ 000 - 100\ 000) / 100\ 000) \times 100\% = 200\%$$

Принципиальное значение имеет расчет точки безубыточности:

ТБУ = Постоянные затраты / (Цена - Переменные затраты на единицу)

Для постоянных затрат 500 тыс. рублей, цене 300 рублей и переменных затратах 100 рублей:

$$ТБУ = 500\ 000 / (300 - 100) = 2\ 500 \text{ единиц}$$

Важным аспектом анализа является дифференциация подходов к расчетам между франчайзерами и франчайзи. Франчайзеры часто используют модифицированную формулу рентабельности:

Рентабельность сети = (Средняя чистая прибыль точек / Средние инвестиции) × 100%

В то время как франчайзи должны применять более сложный расчет:

Фактическая рентабельность = ((Выручка - (Постоянные затраты + Переменные затраты + Роялти + Маркетинговые отчисления)) / Инвестиции) × 100%

На практике это означает, что при заявленной франчайзером рентабельности 25% реальный показатель может составить:

$$((1\ 000\ 000 - (400\ 000 + 300\ 000 + 50\ 000 + 20\ 000)) / 3\ 000\ 000) \times 100\% = 7,7\%.$$

Таким образом, комплексный подход к расчету рентабельности франшизы требует:

1. применения системы взаимосвязанных формул;
2. учета всех видов затрат;
3. адаптации расчетов к конкретным условиям реализации проекта;
4. сравнения полученных показателей с отраслевыми нормативами.

Расчет рентабельности франшизы представляет собой сложный аналитический процесс, требующий не только тщательной проверки предоставляемых франчайзером данных, но и самостоятельного исследования рыночных условий. Критически важным является учет всех потенциальных рисков и скрытых затрат, разработка пессимистичного сценария развития событий, а также сравнение проекта с альтернативными

вариантами инвестиций. Только такой комплексный подход позволяет принять обоснованное решение и минимизировать вероятность финансовых потерь при реализации франчайзингового проекта.

Список литературы:

1. Воронкова О.В. Оценка эффективности франчайзинговых проектов // Экономический анализ: теория и практика. - 2023. - №2. - С. 45-61.
2. Дегтярева И.В. Методика расчета рентабельности франчайзинговых предприятий // Финансы и кредит. - 2022. - №18(786). - С. 32-45.
3. Официальный сайт Российской ассоциации франчайзинга [Электронный ресурс]. URL: <http://www.rarf.ru> (дата обращения: 15.06.2024).
4. Шаркова А.В. Франчайзинг: теория и практика применения. - М.: Юстицинформ, 2022. - 184 с.
5. Щетинин В.Д. Международный франчайзинг: учебное пособие. - М.: МГИМО-Университет, 2021. - 216 с.
6. International Franchise Association [Электронный ресурс]. URL: <https://www.franchise.org> (дата обращения: 14.05.2025).