

Современный подход к франчайзингу как к новому методу ведения бизнеса

Павел Станиславович Беленец

Владивостокский государственный университет, Российская Федерация
690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, д. 41
Аспирант

Аннотация. Материалы данной статьи раскрывают особенности франчайзинга в условиях современной России, где основные проблемы франчайзинга сформулированы в контексте реализации задач экономики опережающего развития, на основе научно-методического обоснования формирования и анализа затрат, а также принципов и методов оценки эффективности предпринимательской деятельности.

Ключевые слова: франчайзинг; научно-методические основы франчайзинга; экономика; инфокоммуникационные технологии.

Введение. Формирование новых рыночных отношений на территории современной России происходит в условиях укрепления позиций государственного сектора экономики, которая не может эффективно развиваться без частного бизнеса. Пропорциональное соотношение крупного и малого бизнеса должно увеличиваться, в сторону малого бизнеса, в силу структурной реорганизации системы товарно-денежных отношений различных отраслей, при которых отражаются процессы, характеризующие схему создания рабочих мест. Одной из форм развития малого бизнеса является франчайзинг, основной задачей которого является снижение издержек, минимизация и расширение возможностей для реализации продукции, как правило, выпущенной на рынок одной фирмой в региональном секторе. Такое положение прослеживается в тех странах, где малый и средний бизнес характеризует основные экономические показатели, оснащая рост ВВП, максимальный процентный показатель занятого населения (страны ЕС 65-75 % ВВП и 68-72 % рабочие места в Японии – более 62-65 % и ВВП 73-78 % рабочих мест, в США – этот показатель приближается к 45 % ВВП и более 55-60 % рабочих мест) [10].

Процесс взаимодействия как предприятия малого бизнеса очень сложны, что объясняется снижением показателей, характеризующих тенденции и уменьшение времени работы компании малого бизнеса, а так же ряд других факторов влияющих на этот процесс [3-6].

В нынешних условиях конкуренции на Российском рынке, требуется системный подход к построению новых систем управления частными предприятиями, по данным проведенного анализа (оценки ряда факторов, характеризующих состояние, как внутренней, так и внешней среды), при котором акцентированное внимание направленно на стратегические (перспективные) направления развития структур предпринимательства. На взгляд автора наиболее эффективным направлением франчайзинга служит бизнес планирование или стратегическое планирование, которое сводит к минимальным потерям инвестиционные потоки (снижение издержек предприятия за счет масштаба действия). Так же стоит отметить, одним из сдерживающих факторов развития франчайзинга в стране не только объясняется должной характеристики по защите интересов каждой из сторон сделки, но и отсутствием финансовой поддержки со стороны банковских структур (предоставление кредитов на приобретение и развитие франчайзинга).

Так, один из немногих банков России (Сбербанк), предлагает кредитную программу для открытия бизнеса по франчайзинговой системе (срок кредита 2 года, в некоторых случаях сумма займа может составлять до 70 % инвестиций под 18,5 % годовых) [4]. Так, статистические данные Международной ассоциации франчайзинга на рынке франчайзинговых услуг насчитывается 16-16,5 тыс. франчайзеров и примерно 1-1,2 млн франчайзи, которые образуют гибкие франшизные системы, в числовом выражении – это более 2000 систем, реализуемых в 75-80 видах деятельности. Объем продаж сетей приближается к показателю - 1,5 трлн. долл. США, охватив трудовой деятельностью до 10-12 млн чел. Таким образом, франчайзинговые системы обеспечивают 10-13 % ВВП. Некоторые крупные фирмы-франчайзеры имеют более тысячи партнеров-франчайзи [3].

Анализ специальной и научной литературы, характеризующей 20-летний опыт развития франчайзинга в Российской Федерации, как уникального вида предпринимательской деятельности, позволяет автору утверждать, что франчайзинг не имеет единой статистической отчетности, так как системных требований еще не выработано [5, 6].

В условиях функционирования постиндустриального общества сложились рыночные условия, при которых необходима реализация механизма обеспечения конкурентоспособности предпринимательских структур, поэтому развитие франчайзинга и эффективное «встраивание» в развитие экономики должно осуществляться вместе с повышением роли организационных преобразований, которые учитывают систему макроэкономических факторов и реализацию стратегических концепций совершенствования системы управления предпринимательским сектором.

Объект исследования. Система управления предпринимательскими структурами и комплекс процедур повышения их конкурентоспособности средствами франчайзинга.

Предмет исследования. Управленческие отношения в процессе повышения конкурентоспособности предпринимательских структур на основе франчайзинговой деятельности.

Материалы и методы. В процессе исследований методы: абстрактно-логический, экономико-статистический, экспертный, расчетно-конструктивный и диалектический, материалы официальной статистики РФ, справочники Госкомстата, научные публикации по данной и смежным проблемам.

Франчайзинг подразделяется на основные виды: товарный, производственный и деловой, а по формам: классический, региональный, суб-франчайзинг и развивающийся франчайзинг.

Предприятия и организации, работающие в сфере франчайзинга ориентированы на сбытовую политику франчайзера и франчайзи, несмотря на имеющиеся противоречия и разные цели, то есть действия можно рассматривать в разных плоскостях: франчайзер осуществляет сбыт по своим каналам, а франчайзи является частью общей системы сбыта франчайзера. От системы сбыта зависит его финансовое положение, он должен самостоятельно управлять процессом, избегать особых обязательств и норм ответственности франчайзера перед франчайзи.

Научно-методологические аспекты франчайзинга отражают методы продвижения: имидж направления (корпоративная реклама; паблик рилейшнз; конференции); товарное направление (реклама образовательных продуктов и услуг; паблисити; демонстрационные выставки, ярмарки; прямой маркетинг - персональные продажи; телемаркетинг).

Обсуждение проблемы. В условиях конкурентной борьбы формируются организационно – правовые условия франчайзинговых систем распределения наряду с традиционными механизмами реализации товаров, это вызывает несогласованность и недостаточную «прозрачности» функционирования франчайзинговой системы, в контексте контроля.

Данное положение характеризуется мотивационными условиями, низкой степенью защиты интеллектуальной собственности, так как недостаточный уровень образования предпринимателей в области систем распределения остается неизменным, отсутствует сеть учебно-консультационных центров по франчайзингу, общественных объединений с высоким марочным капиталом.

Для обеспеченности конкурентоспособности в современной России автором на основе анализа экономической литературы [7, 8] разработан алгоритм функционирования франчайзинговой схемы: системный анализ и выбор эффективного франчайзера, предварительная оценка инвестиций; юридическое или нормативное согласование условий договора коммерческой концессии, расчет инвестиций; оценка франчайзингового пакета; теоретическо-практическое обеспечение процесса обучения франчайзи; начало производственной деятельности по франчайзинговой схеме (организация равномерного производственного процесса, продукт-ресурс).

Для создания условий для экономики опережающего развития в социально-экономическом плане Россия выступает связующим звеном между цивилизациями западного и восточного типа. В настоящее время в экономике происходят процессы, которые ближе к восточному типу (государство регулятор экономики), это объясняется склонностью населения в силу исторических причин к государственному патернализму и общественным формам присвоения (бесплатное образование, медицина).

Успешность франчайзинговых компаний в России не единична, это: Subway, Ростик's / KFC, Росинтер (бренды «IL Патио» и «Планета Суши»), Мастерфайбр, SELA, Savage, крупные нефтяные компании.

Изменилась ситуация, при которой уже российские франчайзеры получили устойчивые позиции, так как подтверждается франчайзинговыми объектами, которые теперь в их собственности: розничная торговля, производство, контроль и реализация сложной продукции бытового назначения; услуги, в том числе и строительстве; образовании [8, 9].

Следовательно по этим направлениям развивается инновационный вид бизнеса – франчайзинг в Российской Федерации, Республике Беларусь, Украине [2].

Таким образом, франчайзинг развивается интенсивно в тех отраслях экономики, где удовлетворяется конечный и относительно массовый потребительский спрос, который часто сталкивается с проблемами российского законодательства.

В этой связи в Гражданском Кодексе РФ четко прописаны обязательства предпринимателей регистрировать договор коммерческой концессии в Роспатенте (в зарубежном опыте этого нет), поэтому возможны бюрократические проблемы [5].

Как было обозначено автором остается не решенной проблема: недостаточная поддержка как коммерческих так и государственных банков (невозможность получения в банке кредитных ресурсов), комплексных мер нет.

Одна из положительных тенденция, это реализация программы «Бизнес-старт» (программе франчайзинга), которая предусматривает целевой кредит на сумму (100 тыс. – 3 млн рублей), срок кредитования составляет (6 месяцев – 3,5 года), кредитный срок 2 года – 17,5 %. Комиссии нет [4, 5].

Так, Банк Проектного Финансирования предлагает условия кредита (3 месяца – 3 года), при 19 % годовых [5].

Инвестиционную политику по открытию бизнеса по программе франчайзинга и Финансовая Группа Лайф (финансирование около 15 млн руб.) [4,5].

Нами выявлена тенденция ведения бизнеса в Российской Федерации – это закрытость информации о предприятиях, а так же информация о франчайзерах и франчайзи. Франчайзеры заинтересованы в приобретении новых партнеров в бизнесе и распространении франшиз через сеть Интернет, организации выставок, семинаров, конференций.

Несмотря на слабо развитые кредитные институты для финансирования франчайзинга в Российской Федерации имеются широкие возможности для развития франчайзинга.

Заключение. На взгляд автора основными благоприятными условиями в России для развития франчайзинга являются: эффективный канал дистрибуции, по которому товары и услуги распространяются в странах Запада и Востока, имеется классификация видов франчайзинга и структура франчайзинговой системы (сфера деятельности, структура франчайзинговых отношений, налоговые льготы, объект франчайзи), технологии и популярные марки, возможность получать необходимые консультации правового обеспечения франчайзинговой системы, применение инфокоммуникационных технологий.

В этой связи развитие принципа прямого участия инвесторов в результатах реализации бизнес-проектов, открытость в вопросах деятельности предприятия и соблюдения интересов партнеров (специфика национальных культур партнеров, в части иерархии нравственных приоритетов, ценностных ориентаций, обычаев и др.) обеспечат эффективность франчайзинга, как метода ведения экономической деятельности с учетом межкультурных факторов.

Примечания:

1. Постановление Правительства Российской Федерации от 9 февраля 2013 г. № 101 «О предельных значениях выручки от реализации товаров (работ, услуг), для каждой категории субъектов малого предпринимательства».

2. Гражданский кодекс Республики Беларусь с комментариями и обзором практики хозяйственных судов / Под общ. ред. В.С. Каменкова. Мн.: Дикта, 2004. 1136 с.

3. Устюжанин А.А. «Зарубежный опыт и российская практика развития франчайзинга». Автореферат / Режим доступа: <http://www.econ.msu.ru/cmt2/lib/a/1727/file/Ustyuzsanin.pdf> (дата обращения 14.12.2013).

4. Официальный сайт Сбербанка России / Режим доступа: <http://sberbank.ru> (дата обращения 18.12.2013).

5. Официальный сайт Финансовой Группы Лайф / Режим доступа: <http://life-group.ru> (дата обращения 18.12.2013)
6. Качканов В.П. Крупный и малый бизнес: перспективы взаимоотношений в форме франчайзинга / Ломоносов, 2005: Международная конференция студентов, аспирантов и молодых ученых МГУ им. М.В. Ломоносова. Сборник тезисов / Под ред. В.Н. Сидоренко и др. М.: ТЕИС, 2005.
7. Ковалева Л.Ф. Франчайзинг как форма инфраструктурного обеспечения малого предпринимательства в регионе / Л.Ф. Ковалева // Экономика и управление. 2008. № 1. С. 122-125.
8. Лавренова А.А. Франчайзинг – как форма предпринимательства и как механизм обеспечения конкурентоспособности организации / А.А.Лавренова// Экономика Управление Право. М.: ИНГН. №11. 2011. 0.4 п.л.
9. Межуев С. Франчайзинг в России [Электронный ресурс] / Вестник Министерства РФ по антимонопольной политике. М., 14.12.2009. Режим доступа: franch.bl.by/articles/285922. Дата доступа: 19.10.2011.
10. Статистика франчайзинга [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.top-franchising.com>
11. Шихарев П.Н. Этические принципы ведения дел в России / П.Н. Шихарев. М., 1999. С. 151.
12. Франчайзинг в России: перспективы развития [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.sellbrand.ru>
13. Франчайзинг. Нормативно-правовая база сегодня// Информационный портал о франчайзинге / Режим доступа: http://francon.ru/area_news/18 (дата обращения 14.12.2013).

UDC 339.138

Modern Approach for Franchising as a New Method for Doing Businesses

Pavel S. Belenets

Vladivostok State University, Russian Federation
690014, Vladivostok, Gogol Str., 41
Post graduate student

Abstract. The article reveals key features of franchising in today Russia, where the franchising issues are formulated in the context of accelerated development economy. The article is based on scientific-methodological feasibility as well as principles and methods of entrepreneurial activity assessment.

Keywords: franchising; scientific-methodological grounds of franchising; economy; communication technologies.