

**Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра экономической теории и национальной экономики

**Тема работы: «Развитие франчайзинга в национальной
экономике России»**

АВТОРЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ

по специальности 080103 – Национальная экономика
студента 6 курса 661 группы экономического факультета

Янушкевича Дениса Вацловича

Научный руководитель
ассистент кафедры экономической теории
и национальной экономики

_____ О.В. Максимова
подпись, дата

Зав. кафедрой
кандидат экономических наук, доцент

_____ Е.В. Огурцова
подпись, дата

Саратов 2016

Введение. Франчайзинг, как один из видов коммерческой деятельности, позволяет начинающему предпринимателю значительно упростить организацию бизнеса и обеспечить развитие бизнеса в долгосрочной перспективе.

Формирование основ франчайзинга в России началось в 90-х гг. благодаря иностранным компаниям и было связано с необходимостью внедрения в отечественную экономику новых методов ведения бизнеса. Очевидно, что развитие франчайзинга на территории России сейчас происходит неравномерно, поскольку эффективность применения франчайзинговой модели напрямую зависит от экономического положения и уровня развития бизнеса на рынке определенного региона.

Франчайзинг помогает расширять рынок сбыта, так как количество торговых точек, реализующих товар, многократно увеличивается. Причем находиться они могут в различных регионах (даже достаточно отдаленных), но при этом представители объединены в широкую сеть. С помощью франчайзинговой системы есть возможность контролировать и регулировать качество ведения всего бизнеса. Франчайзи только занимается управлением компанией от своего имени, а право контроля остается за франчайзером. Данный контроль охватывает различные сферы (качество продукции, информация, которая касается реализации, доходов и прибыли и т.п.).

Компания может проводить единую ценовую политику, но при этом антимонопольное законодательство нарушено не будет. Связано это с тем, что все субъекты франчайзинговой системы, это самостоятельные юридические лица, к которым данное законодательство практически не применимо. Предприятие получает дополнительный опыт по ведению бизнеса, который основывается на информации, полученной от франчайзи. Интегрируя его, франчайзер пользуется им сам, а так же передает франчайзи своей системы, что благоприятно сказывается на всей франчайзинговой системе.

Компания имеет возможность оптимизировать свои издержки за счет того, что разделяет их с франчайзи. Так как с передачей части функций, франчайзером перекладывается и часть имеющихся расходов, это нередко приводит к значительной экономии. Франчайзи, как самостоятельное лицо сам занимается инвестированием своего предприятия, экономя средства франчайзера.

Следовательно, компания, которая развивает свой бизнес с помощью организации франчайзинговой системы, имеет некоторые преимущества перед теми предприятиями, которые расширяют свой бизнес с помощью инвестирования в существующее дело.

Франчайзинговые технологии ежегодно завоевывали все большее число отраслей и сфер деятельности. Однако, начиная с 2014 года, в России неоднозначная экономическая ситуация, связанная с санкциями и повышением курса доллара. В связи с этим интересно рассмотреть поведение франчайзинговых технологий в данной ситуации, выявить возможные перспективы их развития.

Целью работы является исследование содержания франчайзинга с теоретической точки зрения и направлений его развития в современных условиях развития России.

В соответствии с целью поставлены следующие задачи:

- исследование содержания франчайзинга как экономического явления в национальной экономике посредством изучения понятия франчайзинговой сети, видов франчайзинга, принципов формирования паушального платежа и методов расчета роялти, преимуществ и недостатков франчайзинга.

- анализ развития франчайзинга в современных условиях России

- выявление приоритетных направлений развития франчайзинга;

- анализ проблем развития франчайзинга в России.

Предметом исследования являются экономические отношения, складывающиеся в процессе франчайзинга в национальной экономике России.

Объектом исследования является франчайзинг в национальной экономике России.

Методологической основой работы

й,

о-

й методы исследования.

Основное содержание работы. В первой главе рассмотрены теоретические аспекты развития франчайзинга. В этой главе выделены основные принципы классического франчайзинга, определены функции выполняемые партнерами франчайзинговой сделки, а также приведены различные классификации франчайзинга.

Кроме этого, в данной главе рассмотрены основные элементы отношений франчайзинга, а также правовые аспекты франчайзинговой деятельности.

Во второй главе проводится анализ развития франчайзинга в России, в ходе которого выявляются основные приоритетные направления франчайзинговой деятельности. Особое внимание в работе уделено проблемам развития франчайзинга в России, а также рассмотрены возможности их решения.

В ходе проведенного анализа проблем франчайзинга выявили, что для развития франчайзинга в России имеются достаточно широкие возможности, но для реализации этих возможностей необходимо создать определенные условия, причем одним из важнейших вопросов является разработка нормативно правовых актов, регулирующих отношения в сфере франчайзинга, а также создание образовательной системы, которая позволила бы расширить познания франчайзи в области права и экономики.

Заключение

В ходе работы было определено, что франчайзинг – это форма партнерских связей и форма продолжительного делового сотрудничества

нескольких фирм, при котором компания с известным на рынке именем (франчайзер) перепродает права на него вместе с технологией производства или продажи товара или услуги независимым от нее предприятиям (франчайзи).

Не существует единого мнения о классификации видов франчайзинга. Наиболее существенными основаниями для классификации франчайзинга является во-первых, деление в зависимости от использования франчайзинга при осуществлении определенных видов предпринимательской деятельности: распределительный (сбытовой, торговый, дилерский); производственный (промышленный); сервисный. Во-вторых, в зависимости от объема предоставляемых исключительных прав: товарный франчайзинг (коммерческая концессия) – предоставление исключительных прав на распространение или производство и распространение продукции на определенной территории; франчайзинг бизнес-формата – предоставление полного пакета исключительных прав, с использованием всей системы ведения бизнеса.

Первоначальный взнос называют еще паушальным. С его помощью предприниматель приобретает франшизу, которая дает ему право использовать определенную торговую марку и строить бизнес по уже подготовленному плану.

Размеры постоянных платежей (роялти) могут варьировать и калькулироваться в соответствии со следующими методиками: определенный процент от оборота франчази, определенный процент от прибыли франчази, фиксированная ставка, усредненная ставка, нулевая ставка роялти.

Согласно рейтингам за 2015 год основными перспективными направлениями франчайзинга являются сферы общественного питания (в основном это фаст-фуд), сфера клинических исследований, детские франшизы, сфера IT-технологий. Сдают позиции производственные франшизы (на них сказываются высокие первоначальные затраты, что для многих предпринимателей не приемлемо в кризисной экономической

ситуации) и сфера туристического бизнеса (здесь сказались увеличение стоимости доллара и политические моменты).

Проанализировав деятельность франчайзинга в России можно выделить ряд сложностей, которые препятствуют его развитию. Основными трудностями, тормозящими продвижение франчайзинга в нашей стране, являются:

- несовершенство российского законодательства в этой области;
- низкая государственная поддержка;
- отсутствие заинтересованности банков в работе с системами франчайзинга;
- низкая популяризация франчайзинга в нашей стране.

В законодательстве РФ на сегодняшний день нет конкретного определения франчайзинга, а существует только «коммерческая концессия».

Еще одной трудностью для возможных франчайзи можно назвать получение кредитов банка на создание организации по франшизе с использованием льгот. Такого рода заявки большее число банков рассматривают на общих основаниях – с использованием условий программ по кредитованию малого бизнеса. Если говорить о государственной поддержке развития франчайзинга в нашей стране, то она значительно отстает от развитых стран. Можно отметить низкую активность деятельности. Имеет место проблема скудной информированности предпринимателей обо всех достоинствах и недостатках готового бизнеса, а также осведомленности о том, как можно стать его составной частью. Это не позволяет потенциальному франчайзи сформировать окончательное решение о приобретении франшизы.

Подводя итог анализу проблем франчайзинга, можно еще раз высказать точку зрения, что для развития франчайзинга в России имеются достаточно широкие возможности. Но для реализации этих возможностей необходимо создать определенные условия.

Нужна законодательная инициатива по разработке закона о франчайзинге и внесения соответствующих изменений в связанные с ним законы и нормативные акты.

Необходимо включение в правительственную программу поддержки малого предпринимательства системы развития франчайзинга.

Очень важно создание системы налоговых льгот для франчайзи, особенно на начальном этапе развития франчайзинговой системы.

Целесообразно предоставить возможность применения франчайзи упрощенной системы бухгалтерского учета.

Требуется создание сети учебно-консультационных центров по франчайзингу, не только в центре, но и по всей России.

Можно сказать о том, что положительная динамика развития франчайзинга в России все-таки есть. Несмотря на все препятствия, франчайзинг уверенно продвигается на российском рынке товаров и услуг. Правовые нормы касательно франчайзинговой деятельности также медленно, но уверенно приводятся в соответствие с мировыми стандартами. Также эта модель как нельзя лучше подходит для российского рынка, где конкуренция и продвижение бренда играют не последнюю роль. С помощью франчайзинга можно открывать заведомо успешные магазины, рестораны, сервисные центры, а также многое другое, что пользуется спросом не только в России, но и во всем мире. При этом развивается не только отдельно взятая точка, но и вся сеть в целом, что позволяет оставлять на рынке только успешные и конкурентоспособные компании.

Список использованной литературы

1. Анализ рынка общественного питания в России. Сегмент ресторанов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pr.adcontext.net/15/06/23/206292> (дата обращения 12.03.2016)

2. Батраченко Д.К. Анализ преимуществ и недостатков франчайзинга// Международный Научный Институт «Educatio» VII, 2014. –

С.6.

3. Балахонцев А.А. Формирование инфраструктуры франчайзингового бизнеса в России / А.А. Балахонцев, А.М. Годин // Вопросы гуманитарных наук. – 2008. - №3. – С. 63-67.

4. БиБосс.ру : федеральный бизнес-портал по франчайзингу, коммерческой недвижимости и готовому бизнесу [Электронный ресурс]. Режим доступа: [http://www.beboss.ru/\(anchise/search/beauty?page=4](http://www.beboss.ru/(anchise/search/beauty?page=4)) (дата обращения: 10.02.2016)

5. Бодина К.В. Проблемы развития франчайзинга как формы предпринимательской деятельности в России// Международный студенческий научный вестник.-2014. – № 1

6. Васильев, Н.М. Франчайзинг и особенности его развития в России / Н.М. Васильев // Финансы. – 2006. - № 2. – С. 26-29.

7. Великанова О. Чем привлекателен франчайзинг? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.konkurent.ru> (дата обращения 3.03.2016)

8. Виды франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://franch.bl.by/articles/284114.php> (дата обращения 13.02.2016)

9. Вкусный франчайзинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.fpsr.ru/f/V.Panyukova._Franchajzing_v_pitanii.pdf (дата обращения 21.04.2016)

10. Дуборкина И.А., Тишина О.М., Эльканова Е.А. Концептуальные основы функционирования сетевых объединений различных типов (региональный аспект) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.raen.info/files/1797/22.pdf> (дата обращения 22.02.2016)

11. Дробышева И. Приключения франчайзинга в России / И. Дробышева // Дальневосточный капитал. – 2005. - № 4. – С. 46-47.

12. Жиков Я. Франшиза – начало успешного бизнеса / Я. Жиков // Управление компанией. – 2004. – № 1. – С. 10-11.

13. Каталог франшиз: общественное питание, розничная торговля, услуги // Секрет фирмы. – 2008. - № 15. – С. 122-165.

14. Ковалева Л.Ф. Франчайзинг как форма инфраструктурного обеспечения малого предпринимательства в регионе / Л.Ф. Ковалева // Экономика и управление. – 2008. - № 1. – С. 122-125.
15. Есютин А.А. Розничные торговые сети: стратегии, экономика и управление: Учебное пособие / под ред. А.А. Есютина, Е.В. Карповой. – 2-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2008. – 424 с.
16. Земляков Д.Н., Макашев М.О. Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса: Учеб. пособие для вузов / Д.Н. Земляков, М.О. Макашев. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 142 с.
17. Иншакова Е.И., Кудряшова И.В., Полякова Ю.В.. Иностраные франчайзинговые сети в России// Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 3, Экон. Экол. - 2014. -№ 1 (24)
18. Котляров И. Д. Опыт формального описания франчайзинга // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. – 2010. – № 5. – С. 129-138.
19. 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
20. Марков, С. Франчайзинг: проблемы развития бизнеса / С. Марков // Проблемы теории и практики управления. – 2007. - № 3. – С. 104-107.
21. Митягин, В. Правда о франчайзинге / В. Митягин // Бизнес-журнал. 2007. - № 17. – С. 54-56.
22. Максимова А.Н. Роль франчайзинга в развитии системы здравоохранения в России // Известия Санкт-Петербургского университета экономики и финансов. 2012. No 2. С. 83–85
23. Максимова Т.Г., Иванов Е.В Развитие франчайзинга медицинских услуг в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа [http://teoria-practica.ru/rus/files /arhiv_zhurnala/2015/12/economics/maksimova-ivanov.pdf](http://teoria-practica.ru/rus/files/arhiv_zhurnala/2015/12/economics/maksimova-ivanov.pdf) (Дата обращения 18.04.2016)

24. Мендельсон М. Руководство по франчайзингу / М. Мендельсон. – М.: Сибли Интернешнл, Инк., 2013. С.65
25. Мирская практика развития франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.deloshop.ru> (Дата обращения 18.04.2016)
26. Николаенко, А. Секреты франчайзинга «по-русски» // Готовый бизнес в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.bportal.ru> (Дата обращения 18.04.2016)
27. Никифорова С.В., Никифоров А.В. Методы экономической оценки бренда при осуществлении операций по франчайзингу [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=3827> (дата обращения 16.11.15)
28. Орлова О. Договор франчайзинга / О. Орлова // Право и экономика. – 2003. - № 7. – С. 45-47
29. . Панина М. Фаза активного развития франчайзинга на российском рынке / М. Панина // Деньги. – 2008. - № 2. – С. 9
30. Перспективы франшизы для малого бизнеса в России [Электронный ресурс]. – Режим доступа <http://investornow.ru/perspektivu-franshizy-dlya-malogo-biznesa-v-rossii/> (Дата обращения 18.04.2016)
31. Российская ассоциация франчайзинга (РАФ) – [Электронный ресурс]– Режим доступа <http://rusfranch.ru/> (Дата обращения 18.03.2016)
32. Система франчайзинга: как она строится? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://evgeniyafirsova.ru/biznes/sistema-franchajzinga-kak-ona-stroitsya.html> (дата обращения 12.01.2016)
33. Франчайзинг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.grandars.ru/college/biznes/franchayzing.html> (дата обращения 15.04.2016)
34. Уэхара Ю. Теория революции дистрибьюции и реорганизация вторичного распределения. // Marketing Journal, №51, 2012. С.20.
35. Филина Ф.Н. Франчайзинг: правовые основы деятельности / Ф.Н. Филина. – М.: ГроссМедиа: РОСБУХ, 2014.

36. Филипова, И.А. Успешный опыт применения франчайзинга в сфере услуг / И.А. Филипова // Маркетинг услуг. – 2008. - № 2. – С. 192-199
37. Фролова В. Б. Франчайзинг как основа долгосрочного развития бизнеса // Концепт. – 2013. – № 11 (ноябрь).
38. Четыре основных вида франчайзинга [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://biznesbrend.ru/finansy/4-osnovnyx-vida-franchajzinga> (дата обращения 25.01.2016)
39. Что такое паушальный взнос и роялти? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sb-advice.com/praktikum/273-royalti-paushalnui-vznos.html#hcq=yv8ACNp> (дата обращения 18.04.2016)
40. Шевчук Д.А. Финансы предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://lib.convdocs.org/docs/index-206927.html?page=13> (дата обращения 25.01.2016)
41. Шейн, С. От мороженого к Интернету: Франчайзинг как инструмент развития и повышения прибыльности вашей компании / Пер. с англ. О.В. Теплых; Под науч. Редакцией Е.Е. Козлова – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. – 208 с.