

Министерство образования и науки Российской Федерации

ФГБОУ ВО «САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»

Экономический факультет

Кафедра экономической теории
и национальной экономики

Развитие франчайзинга в России

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 5 курса 561 группы
направления 38.03.01 «Экономика»
профиля «Экономика предпринимательства»

Назирбеговой Аминат Хайбулаевны

Научный руководитель
старший преподаватель

О.Ю. Челнокова

Зав.кафедрой
кандидат экономических наук, доцент

Е.В.Огурцова

САРАТОВ - 2017

Введение. Актуальной является роль франчайзинга в развитии бизнеса сегодня. Он может в определённой степени стать ускорителем экономики, поскольку позволяет интегрировать интересы крупного, среднего и мелкого бизнеса, продвигать отечественных производителей и их товары, формировать системы контроля качества товаров и услуг, стандартов поведения и создавать новые рабочие места.

С учетом же системы долговременных договоров франчайзинга достигается планирование развития бизнеса, а значит и достижение определенного уровня защиты малого и среднего бизнеса, от которого в принципе и будет зависеть дальнейший экономический рост.

Можно с уверенностью сказать, что, несмотря на наличие определенных проблем в сфере бизнеса, франчайзинг в России неуклонно развивается.

Прогнозируя роль франчайзинга в развитии бизнеса, следует отметить, что в РФ в ближайшее время следует ожидать увеличения интереса к рассматриваемой форме развития бизнеса, что в целом получит мощный положительный импульс, что послужит фундаментом для процветания экономики Российской Федерации.

Учитывая всю сложность организации собственного дела традиционным путем, идет активный поиск новых моделей предпринимательской деятельности. За последние годы появилось огромное количество предприятий, работающих под марками широко известных отечественных и зарубежных компаний. Поскольку очевидно, что создание сети филиалов или представительств потребовало бы гораздо более длительного периода времени и значительных инвестиций, которые в последние годы имели явную тенденцию к сокращению, можно предположить, что в данном случае имеет место какой-то новый способ организации бизнеса, позволяющий российским предприятиям использовать известные торговые марки. Данным способом является франчайзинг.

Степень разработанности проблемы. Публикации, появившиеся в начале 90-х годов, лишь в обзорном плане освещают франчайзинг как экономическое явление: сущность франчайзинга, историю его возникновения, преимущества и недостатки, существующие формы, особенности франчайзинга (В. Довгань, А.

Ермолинский, Т. Ерошкина, Т. Ковальчук, В. Колесников, Е. Легейда, А. Майер, М. Мендельсон, Ф. Панкратов, С. Силинг и др.).

В последние годы франчайзинг, рассматривается уже как интегрированная форма развития бизнеса (Д. Земляков, М. Макашев, И. Рыкова, А. Цират и др.). В работах анализируются организационно-правовой и экономический механизмы формирования системы франчайзинга.

Цель данной дипломной работы – изучение развитие франчайзинга в экономике России.

Задачи исследования:

1. Рассмотреть сущность и виды франчайзинга
2. Описать экономический механизм взаимоотношений в системе франчайзинга
3. Провести сравнительный анализ опыта использования франчайзинга в экономике России и зарубежных стран
4. Охарактеризовать современное состояние франчайзинга в России
5. Выявить проблемы развития франчайзинга
6. Найти перспективы и пути развития франчайзинга в условиях развития рынка
7. Рассмотреть особенности развития франчайзингового бизнеса на примере компании Sela.

Предметом исследования - является развитие рынка франчайзинга в России.

Объектом исследования - является франчайзинг как форма организации бизнеса.

Теоретико-методологическую базу работы составили работы зарубежных и отечественных учёных и практиков в сфере организации современного бизнеса, в частности: В. Колесников, Ф. Н. Филина, М.М. Стажкова, Скотт А. Шейн, С.А.Сосна, Е.Н.Васильева.

Практическая значимость работы определяется тем, что: полученные результаты позволяют более полно исследовать франчайзинговые системы как

процесс взаимодействия крупных и малых предприятий в современной экономике.

Основное содержание. Эффективной интегрированной формой развития малых предприятий является франчайзинг. Термин «франчайзинг» происходит от французского слова «franchise», что означает «льгота, привилегия, право участия».

Франчайзинговая классическая форма организации бизнеса предполагает использование трех основных составляющих:

Франчайзер – это компания, которая выдает лицензию или передает в право пользования свой товарный знак, ноу-хау и операционные системы.

Франчайзи – это человек или компания, которая покупает возможность обучения и помощь при создании бизнеса у франчайзера и выплачивает сервисную плату (роялти) за использование товарного знака, ноу-хау и системы ведения работ франчайзера.

Франшиза – это франчайзинговый пакет, который франчайзер продает франчайзи. Этот пакет обычно включает пособия по ведению работ и другие важные материалы, принадлежащие франчайзеру.¹

В связи с большим разнообразием форм и видов франчайзинговой деятельности возникает необходимость их классификации. Франчайзинг можно классифицировать по четырем основным видам деятельности: в производственной и строительной области, товарный, в сфере деловых услуг и в сфере сервисного обслуживания.

По критерию взаимоотношений франчайзера и франчайзи различают классическую модель и такие модификации, как региональный франчайзинг, субфранчайзинг, развивающийся франчайзинг и др.

Таким образом, исходя из вышесказанного, можно сделать вывод о том, что франчайзинг является действенным инструментом освоения новых рынков, усиления конкурентной позиции головной компании, организации

¹ Энциклопедия франчайзинга [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://franchising-consult.ru> (дата обращения 11.04.2017)

распределенного производства стандартной и в то же время дифференцированной продукции и, конечно же, снижения издержек.

Экономические отношения в интегрированном процессе бизнеса играют важнейшую роль, определяя состояние объектов, при котором исключаются экономические потери.

Традиционный критерий прибыльности необходимо дополнить критерием экономической безопасности, так как критерий прибыльности отражает только одну - материальную сторону деятельности при интегрированной форме организации. Поэтому первостепенное значение при разработке технологии управления франчайзинговой формой организации бизнеса имеет определение основных элементов в механизме формирования системы отношений.

С самого начала бизнес франчайзи находится под строгим контролем франчайзера, который внимательно следит за соблюдением всех стандартов, принятых в его компании. Но в качестве платы за все эти преимущества головная организация регулярно взимает со своего партнера роялти.

За право пользования исключительными правами франчайзи уплачивает франчайзеру вознаграждение. Это вознаграждение может быть как разовым, так и периодическим, а его размер может определяться как в фиксированной сумме, так и в процентах от выручки.

Экономический механизм взаимоотношений в системе франчайзинга строится на условиях договора. Первостепенное значение при разработке технологии управления франчайзинговой формой организации бизнеса имеет определение основных элементов в механизме формирования системы отношений. Франчайзинговый договор всегда детально определяет порядок функционирования франчайзингового предприятия. В согласовании его условий стороны имеют широкие возможности для волеизъявления в рамках свободы договора. Франчайзер должен иметь разработанную систему, как преодолевать стрессы и напряженность, которые всегда возникают независимо от того насколько хорошо работает система.

После второй мировой войны франчайзинг распространялся в Европе разными путями, в зависимости от страны, обычаев, культуры и особенно от всего того, что связано с социально-экономической историей торговли, уровнем развития и экономическими системами. Таким образом, некоторые страны предпочли франчайзинг в области обслуживания (Великобритания, Германия), другие - в области распределения (особенно Франция). В то же время, франчайзинг фактически не существует в определенных областях деятельности: например, в Германии нет подобного бизнеса в гостиничной сфере.

На институциональном уровне, система франчайзинга представлена и продвинута Европейской Федерацией Франчайзинга (ЕФФ), которая является некоммерческой международной ассоциацией, основанной в 1972 г.

В России франчайзинг укоренился в начале 90-х гг., прежде всего, благодаря иностранным компаниям. Если в то время на российском рынке присутствовали только зарубежные бренды, то в настоящее время российские бренды постепенно начинают превалировать. В будущем, по словам Александра Майлера, президента Российской Ассоциации Франчайзинга, отечественные франчайзеры должны занять 70 % рынка.

Так же стоит отметить, в России франчайзинг неравномерно распространен по территории страны. В основном центрами являются Москва, Санкт-Петербург, а уже потом идет продвижение в регионы. Невероятный успех франчайзинга в США нередко пытаются объяснить обширностью территории страны: контролировать собственные филиалы, расположенные на большом расстоянии друг от друга и от центра, довольно накладно и очень непросто².

Подводя итоги можно сказать, что франчайзинг, как вид бизнеса достаточно интересен и перспективен в России. Он может развиваться как отечественная система, так и при участии зарубежных фирм и предпринимателей. Все это подчеркивает значимость франчайзинговой системы в условиях глубокого

² Устюжанин А.А. Франчайзинг в России // Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. – 2015. – №4(6). – С. 14

экономического спада, которую можно рассматривать как один из инструментов выхода из кризиса и развития мировой экономики.

В России наблюдается возрастающий интерес к развитию бизнеса с использованием концепций франчайзинга. Количество организаций, заявивших о своем развитии в формате франчайзинга, возросло с 750 в 2009 г. почти до 1200 в 2016 г., что само по себе характеризует востребованность этого формата в России. Только в 2016 г. количество франшиз по сравнению с 2015 г. возросло более чем на 40 % (см. рис.1).

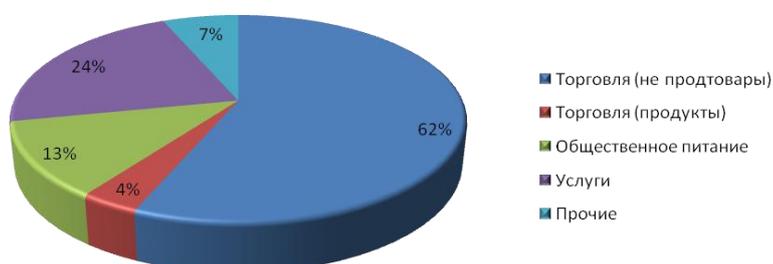


Рисунок - 1 Структура рынка франшиз в 2016 году³

По всем указанным секторам в 2016 г. произошел количественный рост франшиз: на 52,5 % по торговле непродовольственными товарами; 27,3 % по продовольственной торговле; 30,1 % по сектору общественного питания и 25% по услугам. Вместе с тем, в общей совокупности франшиз наблюдалось в 2016 г некоторое снижение доли сектора услуг, что связано с опережающим ростом франшиз в секторе непродовольственной торговли, и соответственно увеличение доли непродовольственного сектора с 47 % в 2015 г. до 52 % в 2016 г. Для России характерны общемировые тенденции развития франчайзинга.

В региональном разрезе на территории России структура будет отличаться от общероссийской, аналогично в Европе на территориях различных государств и в США на территории различных штатов (см. рис. 2).

³ Батраченко Д.К. Анализ преимуществ и недостатков франчайзинга // Международный Научный Институт «Educatio». – 2016. - №7. - С.6.

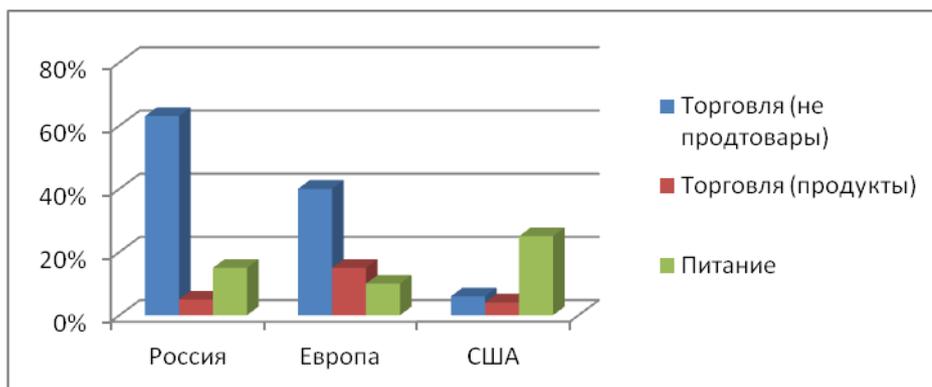


Рисунок - 2 Структура рынка франшиз в 2016 г., % занимаемой доли рынка⁴

Сектор торговли продуктами питания не занимает ведущего места в структуре франчайзингового рынка. Это связано в основном со спецификой самого продукта, необходимостью установления жестких стандартов логистики и обмена данными, определенными трудностями исполнения стандартов на местах и осуществлением контрольной функции особенно в крупноформатном и широко ассортиментом секторе.

Вместе с тем, ограничение собственных ресурсов должно повысить активность самих франчайзеров с целью привлечения в сеть инвестиций независимых юридических лиц и индивидуальных предпринимателей. Вероятнее всего произойдет смещение интересов с расширения на рынке за счет собственных предприятий к расширению за счет франчайзи. Так что в этом смысле, франчайзинг должен развиваться активнее, чем другие формы, при условии, если франчайзеры будут грамотно выстраивать продуктовые и марочные стратегии. Крайне важно также выстраивание партнерских отношений, в условиях кризиса особо пристальное внимание необходимо будет уделять выбору партнеров. С целью привлечения конечных потребителей и потребителей франшизы также ожидаема диверсификация, т.е. появление новых форматов и новых франшиз. Ожидаемый высокий уровень безработицы в стране для франчайзинга является скорее благом, чем проблемой.

Основные проблемы сдерживания развития франчайзинга в нашей стране можно классифицировать по причинам их возникновения.

⁴ Балабанов И.Т. Внешнеэкономические связи.– М.: Финансы и статистика, 2016. – С. 72

Важнейшей экономической проблемой франчайзинга в России становится отсутствие стабильности. Если вернуться к определению франчайзинга, то это в первую очередь система отношений, закрепленная системой договоров. Естественно, что подобная система, к тому же объединяющая экономически независимых предпринимателей, становится инерционной.

Так, экономические проблемы франчайзинга вызваны не только состоянием экономики, но и влиянием других проблем, в первую очередь организационно-правовых. Это вызвано тем, что франчайзинг как система отношений основан на системе договорных отношений и должен быть подкреплён серьезной правовой базой. На сегодняшний день нет закона о франчайзинге, все компании обязаны использовать коммерческую концессию.

Экономические и организационные проблемы франчайзинга, естественно, очень важны, но в не меньшей степени сдерживают развитие франчайзинга и социально-психологические проблемы. Важнейшим социально-психологическим аспектом франчайзинга является традиционное для нашей страны неуважение к интеллектуальной собственности. Решение этой проблемы требует сочетания экономических и правовых воздействий, которые сделают неэффективным несанкционированное использование чужой интеллектуальной собственности.

Итак, как видно из сказанного выше, взаимосвязь экономических, организационно-правовых, социально-психологических и образовательных проблем франчайзинга возможно только в комплексе, когда решение одной проблемы связано с необходимостью решения других.

Прогнозируя развитие франчайзинга в РФ, следует отметить, что в нашей стране в ближайшее время следует ожидать еще большего увеличения интереса к рассматриваемой форме открытия и развития бизнеса⁵.

Применение и развитие франчайзинга в России с участием крупных иностранных компаний способствует содействию инновационного развития, внедрению новых стандартов организации бизнеса и повышению предпринимательской культуры на российском рынке.

⁵ Цират А.В. Франчайзинг и франчайзинговый договор. – Киев: «Истина», 2012. – С. 78

Для развития франчайзинга в России, на мой взгляд, необходимо следующее:

- 1) принять специальное законодательство по использованию франчайзинга;
- 2) обеспечить законодательную инициативу по разработке закона о франчайзинге и внесения соответствующих изменений в связанные с ним законы и нормативные акты;
- 3) включить в Правительственную программу поддержки малого предпринимательства систему развития франчайзинга;
- 4) создать систему налоговых льгот для франчайзи, особенно на начальном этапе развития франчайзинговой системы;
- 5) целесообразно предоставить возможность применения франчайзи упрощенной системы бухгалтерского учета;
- 6) требуется создать сеть учебно-консультационных центров по развитию франчайзингу.

Таким образом, перспективы развития франчайзинга в России высоки, и необходимо принимать решения по их дальнейшему развитию. Рынок франшиз в России в ближайшие годы заметно увеличится, так как эта форма организации бизнеса обладает рядом достоинств.

Sela в переводе с иврита означает «скала». Эту компанию в 1991 г. основали двоюродные братья Аркадий Пекаревский и Борис Остроброд, эмигрировавший в Израиль. Свой бизнес они начали, как и многие коммерсанты в те годы, с импорта в Россию самых разных товаров и в конце концов остановились на китайском ширпотребе. На покупку первого контейнера одежды братья взяли ссуду у знакомого западного бизнесмена. Питерские универмаги, которым компания сдавала товар на реализацию, рассчитывались за него нерегулярно, и к 1996 г., когда оборот Sela стал приближаться к 3 млн. руб. в месяц, братья открыли первую торговую точку.

Таблица 3 - Основные экономические показатели работы компании «SELA» за 2015-2016 гг., млн. руб.⁶

Показатель	2015 г	2016 г	Отклонение (+/-)	Темп роста, %
Выручка от реализации за вычетом налогов	209434	223688	14254	106,806
Себестоимость реализованных товаров	159136	167938	8802	105,531
Валовая прибыль	50298	55750	5452	110,839
Расходы на реализацию	4501	5928	1427	131,704
Прибыль от реализации	45797	49822	4025	108,789
Чистая прибыль	30942	18210	-12732	58,852

Согласно данным, в компании «SELA» наблюдается увеличение выручки от реализации на 14254 млн руб (на 6,8%). Положительным фактором является меньший темп роста себестоимости продукции по сравнению с темпом роста выручки от реализации.

Подводя итоги, в рамках работы был проведен анализ франчайзинговой модели на примере компании «SELA», была описана история компании, этапы ее развития, деятельность предприятия, ее франчайзинговая деятельность (условия франшизы), эффективность франчайзинга. Магазин SELA продолжает развитие и готов к сотрудничеству с партнёрами в новых географических сегментах.

Корпорация SELA рассматривает варианты партнерства по системе франчайзинга. Принципы работы оговариваются индивидуально с каждым потенциальным партнером в зависимости от его планов развития и территории рынка.

Краткая информация по франшизе:

- Паушальный (вступительный) платеж - нет
- Роялти (периодических платежей) - нет
- Отчислений в рекламный фонд – нет
- Инвестиции - 2100000 млн. руб

Особые требования к покупателям франшизы:

- Площадь от 100 м2 до 350 м2

⁶ Бухгалтерская отчетность ООО «Sela» за 2015-2016 гг. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e-ecolog.ru/buh/2013/8609321478> (дата обращения 11.04.2017)

- Средний срок возврата инвестиций 2-3 года

Для открытия магазина необходимо подать пакет документов, оформленных в соответствии с нормативными документами компании. Таким образом, можно сделать вывод что Sela – один из самых удачных примеров корпораций, рискнувших сделать ставку на франчайзинг.

Одной из основных проблем взаимодействия активных элементов, которыми в данном случае являются франчайзи и франчайзер, является устойчивость. Серьезность этой проблемы заключается в том, что, потратив много сил на налаживание данного взаимодействия, тому или другому предприятию, а иногда и обоим начинает казаться, что оно для них не выгодно, что влечет за собой невыполнение договорных обязательств и последующий разрыв договора. Совершенно очевидно, что для того, чтобы существенно снизить вероятность такого исхода, предприятия должны быть уверены в том, что данное взаимодействие для них выгодно.

Проведя расчет с использованием минимальной величин выручки франчайзи мы получили наглядные доказательства преимущества работы по франчайзинговой схеме с компанией Sela.

На сегодняшний день поиском франчайзи в компании Sela занимаются специалисты головного офиса. Поэтому перспективой развития предприятия в бизнесе франчайзинга может стать перепоручение работы по поиску франчайзи и заключения с ними договора специальным агентствам.

Кроме того, можно предпринимать следующие мероприятия, направленные на поиск франчайзи:

- Участие в специализированных выставках, посвященных теме франчайзинга, проведение семинаров и конференций, обучающих тренинговых программ.

- Собственный сайт. Свой web-ресурс для франчайзера также важен, как и упоминание в прессе, потому что сегодня большинство предпринимателей способны задать в поисковике название компании и найти ее след в интернете.

- Продвижение брэнда. Потенциальные франчайзи в первую очередь хотят присоединиться к успеху, а значит, сильный брэнд не может остаться незамеченным.

Таким образом, в перспективе у компании Sela значатся большие возможности в дальнейшей развитии своей сети по схеме франчайзинга. При этом остается еще достаточно инструментов по поиску франчайзи, которые компания еще может использовать. На сегодняшний день поиском франчайзи в компании Sela занимаются специалисты головного офиса. Поэтому перспективой развития предприятия в бизнесе франчайзинга может стать перепоручение работы по поиску франчайзи и заключения с ними договора специальным агентствам.

Заключение. Франчайзинг - явление во многом специфическое. Особенность этой формы предпринимательства в том, что предприятия, работающие по договору франчайзинга, несмотря на юридическую самостоятельность, являются по сути, частью единой системы.

Франчайзер и франчайзи связаны друг с другом системой договоров, в основе которых лежит франшиза. Это контрольная лицензия, выданная одним лицом (франчайзером) другому лицу (франчайзи), которая устанавливает между франчайзером и франчайзи специфическую систему взаимоотношений.

Франчайзинг, как экономический инструмент и как вид предпринимательской деятельности имеет достоинства и недостатки. Наиболее важными из достоинств, является то, что франчайзинг позволяет значительно расширить рынок сбыта стандартного, хорошо известного потребителю товара, сохраняя, при этом, независимость франчайзи, как предпринимателя. Очень важно то, что франчайзинг позволяет резко расширить возможности малого бизнеса, предоставив ему многие возможности крупных предприятий. Тем самым этот экономический инструмент резко повышает выживаемость предприятий малого бизнеса.

Наиболее существенными недостатки связаны со стандартностью товара и ограничениями в ведении бизнеса. Франчайзинг снижает конкуренцию, что приводит к снижению качества товара. В конечном итоге франчайзинговая

система менее гибка, по сравнению с крупными корпорациями и, тем более с предприятиями малого бизнеса.

Франчайзинг исторически и прочно закрепился в развитых странах под воздействием объективных потребностей экономического развития. Более того, за рубежом эту форму деятельности считают не только полезной, но и престижной.

В России наблюдается возрастающий интерес к развитию бизнеса с использованием концепций франчайзинга. Только в 2016 г. количество франшиз по сравнению с 2015 г. возросло более чем на 40 %. Наибольшая активность наблюдалась в секторе розничной торговли непродовольственными товарами. Доля непродовольственного сектора в структуре франшиз составила 52 % в 2016 г.

В 2016 г. в России стало популярным применение концепций франчайзинга в сфере услуг. По данным официальной статистики на ноябрь 2016 г. по сравнению с аналогичным периодом 2015 г. объем платных услуг, оказываемых населению, возрос на 104,1 %.

Прогнозируя развитие франчайзинга в РФ, следует отметить, что в нашей стране в ближайшее время следует ожидать еще большего увеличения интереса к рассматриваемой форме открытия и развития бизнеса.

В рамках работы был проведен анализ франчайзинговой модели на примере компании «SELA», была описана история компании, этапы ее развития, деятельность предприятия, ее франчайзинговая деятельность (условия франшизы), эффективность франчайзинга.

На сегодняшний день поиском франчайзи в компании Sela занимаются специалисты головного офиса. Поэтому перспективой развития предприятия в бизнесе франчайзинга может стать перепоручение работы по поиску франчайзи и заключения с ними договора специальным агентствам. Кроме того, можно предпринимать следующие мероприятия, направленные на поиск франчайзи:

- Участие в специализированных выставках, посвященных теме франчайзинга, проведение семинаров и конференций, обучающих тренинговых программ.

- Собственный сайт.

- Продвижение бренда. Потенциальные франчайзи в первую очередь хотят присоединиться к успеху, а значит, сильный бренд не может остаться незамеченным. Пассивный поиск франчайзи - это направление усилий только на продвижение бренда при наличии франчайзинговой сети.

Можно так же обратиться в консалтинговые компании.

Все это будет способствовать эффективному развитию франчайзинга в компании Sela, и увеличению доходов и конкурентоспособности этого предприятия.