

УДК 338.12

© Катов В. В., 2016,

канд. экон. наук,

Владимирский филиал РАНХиГС, г.Владимир

E-mail: kwant55@ mail.ru

ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАЗВИТИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА НА ОСНОВЕ ФРАНЧАЙЗИНГА

Аннотация: в статье рассматриваются вопросы развития малого и среднего бизнеса на основе франчайзинга в российских условиях. Исследован вопрос исторического развития франчайзинга как одного из эффективных, быстрокупаемых, менее затратных видов бизнеса. Рассмотрены вопросы, тормозящие развитие франчайзинга в России, тенденции его развития на российском рынке. Предлагается усилить государственное влияние на развитие малого и среднего бизнеса на основе франчайзинговых отношений, что позволит существенно увеличить рост малого и среднего бизнеса и увеличить его вклад в ВВП страны.

Ключевые слова: малый и средний бизнес, франчайзинг, коммерческая концессия, франчайзер, франчайзи.

Abstract: This article deals with the development of small and medium-sized businesses through franchising in Russian conditions. The question of the historical development of franchising as an effective, fast payback, less expensive types of businesses. The problems that hinder the development of franchising in Russia, the development trends in the Russian market. It is proposed to strengthen state influence on the development of small and medium business on the basis of franchise relations, which will significantly increase the growth of Small and Middle Business and increase its contribution to the country's GDP.

Keywords: small and medium-sized businesses, franchising, commercial concession, the franchisor, the franchisee.

В условиях глобализации и финансовой неустойчивости экономики более интенсивному развитию малого и среднего бизнеса требуется более пристального внимания. Мировая практика подсказывает, что одним из путей интенсивного развития является система франчайзинга. Как известно, развитие франчайзинга началось в Европе, позже получило широкое распространение в США, сейчас действует во всем мире, особенно активно используется в странах Азии, Южной Америки, Восточной Европы. Международная ассоциация франчайзинга (IFA) отмечает, что *рост промышленности по системе франчайзинга опережает экономический рост в целом*, и такая тенденция сохранится на перспективу. Темпы роста франчайзинговых организаций, как отмечается в докладе Economic Outlook, 2015 году сохранились на уровне 2014 года и составляют 2,9 %, а общий показатель по экономике дал прирост 2,4 %. Франчайзинг позволяет избежать огромного количества трудностей и проблем, которые встают на пути

организации функционирования малого и среднего бизнеса. Успех франчайзинговых компаний обусловлен тем, что они представляют собой части одной отлаженной системы, имеющей уникальный механизм построения бизнеса, что позволяет не только более быстрыми темпами развивать бизнес, но и извлекать дополнительную прибыль. Франчайзинг прочно закрепился в промышленно развитых странах под влиянием объективных потребностей развития экономики, является эффективной и престижной формой деятельности [3].

Из многообразия определений франчайзинга следует остановиться на определении, что *франчайзинг – это предпринимательская деятельность, при которой правообладатель комплекса исключительных прав предоставляет его в пользование на возмездной основе другому лицу*. Более полное определение франчайзинга следующее: франчайзинг - это система контрактных отношений, при которых одна сторона - франчайзер на определенных условиях предоставляет право другой стороне - франчайзи использовать свое имя, технологию, ноу-хау для ведения своего дела при сохранении полной юридической и экономической самостоятельности. С середины 1950-х годов франчайзинг в корне изменил темпы развития сотен и тысяч фирм более чем в 100 странах мира. По данным Международной ассоциации франчайзинга, в настоящее время в мире насчитывается 16,5 тыс. франчайзеров и более 1,2 млн франчайзи, объем продаж сетей составляет почти 1,5 трлн дол., занятость - около 12 млн чел. Франчайзинговые фирмы создают около 13 % валового национального продукта. Некоторые крупные фирмы-франчайзеры имеют по тысяче и более партнеров-франчайзи, обеспечивая широкое региональное распространение своих марочных товаров и услуг. Признанные лидеры франчайзинга и экспортеры франшизного бизнеса в мире - США, Канада, Корея, Япония и Австралия, лидеры Европы - Германия, Франция и Великобритания [7].

Причин столь бурного роста франчайзинга несколько:

- относительно низкий стартовый капитал, что особенно важно для начинающих предпринимателей;
- всесторонняя поддержка франчайзера, что дает возможность получить относительно готовый бизнес с технологиями, контактами с поставщиками, обучение персонала и т.д.;
- при покупке известной торговой марки франчайзи сопутствует достаточно низкий предпринимательский риск;
- высокая прибыльность и быстрая окупаемость бизнеса.

Франчайзинг выступает в качестве одного из оптимальных и эффективных способов развития малого и среднего бизнеса. Это характерно как для организаций, которые уже добились определенного успеха и желают развиваться в будущем, так и для организаций, которые начинают заниматься бизнесом, имеют желание и возможности заниматься предпринимательством под началом крупной известной компании, получать новые знания, опыт, осваивать и перенимать инновационные технологии и методы организации

бизнеса. Как и в любой бизнес-системе, у франчайзинга можно найти свои преимущества и недостатки [4]. Рассмотрим некоторые из них.



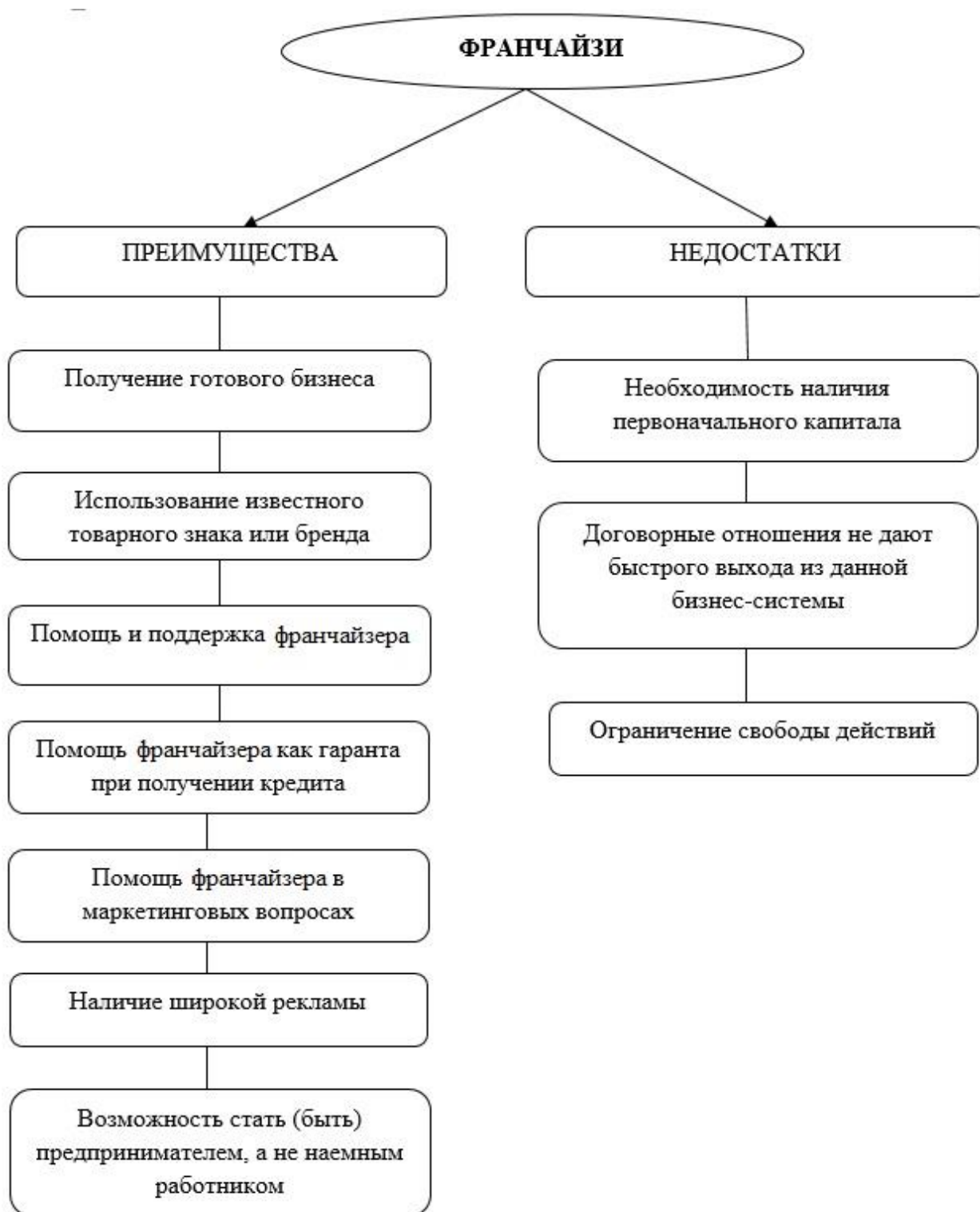


Рис. 1. Преимущества и недостатки франчайзинга

Проанализировав динамику франчайзинга в нашей стране, можно заметить, что его резкая популяризация наблюдается в период с 2007 по 2013 год. Столь позднее проникновение российских предпринимателей этой идеей можно объяснить рядом факторов: к примеру, законодательно франчайзинг установился совсем недавно [6]. Лишь в 2014 году в Госдуму был внесен законопроект о франчайзинге, урегулировавший вопросы договора между

франчайзи и франчайзером, защищающий интересы обеих сторон. В России франчайзинговую деятельность регламентирует 54-я глава Гражданского кодекса РФ, однако в ней нет такого понятия, как франчайзинг, а данный вид деятельности относится к понятию *коммерческой концессии*, которая означает содействие продвижению на рынке товаров (работ, услуг), производимых (продаваемых) правообладателем [1]. Правообладатель (в иностранном праве - франчайзер) - это лицо, которому принадлежат те исключительные права, использование которых он разрешает пользователю. Правообладатель должен быть предпринимателем и использовать принадлежащие ему исключительные права в процессе коммерческой деятельности (п. 3 ст. 1027 ГК РФ). Только в 3 странах - США, Румынии и Республике Молдова - приняты *специальные законы* относительно этого вида деятельности. *Отдельное законодательство* о франчайзинге принято лишь в некоторых странах мира. Во Франции, Германии законодательная основа содержится в других законах: Гражданском кодексе, законах, связанных с предпринимательской деятельностью, различных нормативных актах, принятых на правительственном уровне.

Снижение количества франчайзеров в 2014 году можно объяснить нестабильной экономической ситуацией, которая произошла с введением санкций. Рост бизнеса в таких условиях весьма сложен, особенно в тех случаях, когда франчайзи обязан покупать сырье у определенных, установленных франчайзером поставщиков. Изменение курса рубля, рост евро и доллара привели к снижению прибыли у франчайзи. По многим франчайзинговым договорам франчайзи не имеет права самостоятельно завышать или устанавливать свою цену на предлагаемый товар.

Развитие франчайзинга в РФ идет неоднозначно, достаточно низкими темпами, несмотря на положительные прогнозы. Более эффективному развитию препятствуют многие факторы, к которым относятся:

- слабое развитие нормативно-правовой базы по вопросам франчайзинга;
- разнообразие специфики хозяйственной деятельности в различных регионах, что не позволяет применять универсальные подходы к внедрению франчайзинга;
- недостаток квалифицированных специалистов, которые занимаются данной системой;
- недоверие к модели франчайзинга среди предпринимателей, слабые знания по вопросам ведения бизнеса по данной схеме;
- особенности психологии и поведения потребителей;
- бюрократизация административных структур;
- неэффективность налоговой системы РФ.

При анализе деятельности российских компаний, применяющих франчайзинг для развития бизнеса, следует учитывать, что мировой опыт применения франчайзинга насчитывает более 100 лет, в России же, можно сказать, он только начинает свое развитие. В бизнес-терминологию России термин «франчайзинг» был введен около 13 лет назад во многом благодаря

известному российскому предпринимателю Владимиру Довганю, который первым попытался внедрить на российском рынке франчайзинг.

Франчайзинг в России и в мире



Рис. 2. Сравнительный анализ развития франчайзинга

В то же время очевидно, что более чем за 20 лет франчайзинговый рынок в России имеет тенденцию к постоянному росту [8]. В настоящее время его общий объем около 5 млрд. долларов. По данным Европейской ассоциации франчайзинга (EFF), за последние три года рынок франчайзинга в России увеличился на 98 %. Согласно данным РАФ (Российской академии франчайзинга), Россия в последние годы является лидером по росту количества франчайзинговых компаний. По структуре франчайзинга в основном наиболее популярным сектором рынка в этой области России является непродовольственные товары - одежда, обувь, мебель, бытовая техника, автомобили, общественное питание. Лидируют такие компании, как Incity, Mr.doors, Finn Flare, Corsocomo, Baon, Glance, Tui, «220 Вольт», франшизы имеют положительный темп открытий, низкое количество закрытых предприятий, ускоренные темпы окупаемости. В секторе общественного питания следует отметить всем известные марки KFC, Burger king, Subway, «Баскин Робинс», «Крошка-картошка», «Сбарро», «Папа Джонс». Несмотря на сложности франчайзинг в нашей стране постепенно развивается.

ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РОССИИ

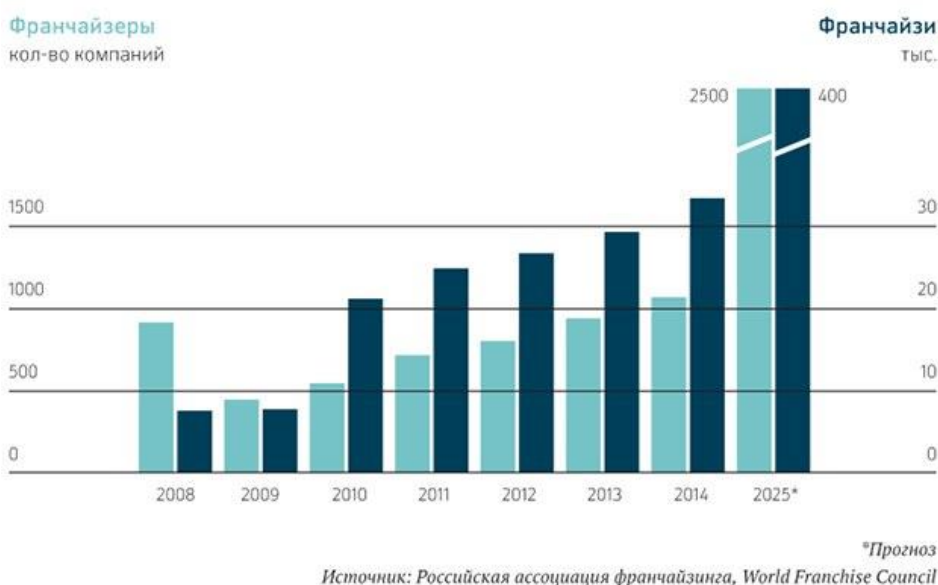


Рис. 3. Диаграмма «Динамика развития франчайзинга в России»

В заключение следует отметить, что в РФ, несмотря на различные трудности, наблюдается положительная динамика развития франчайзинга. Несмотря на все препятствия, франчайзинг уверенно продвигается на российском рынке товаров и услуг. Заметен рост франчайзинговых моделей, которые работают в сфере производственного франчайзинга. Правовые нормы касательно франчайзинговой деятельности медленно, но все же приводятся в соответствие с мировыми стандартами. *Модель, где конкуренция и продвижение бренда играют не последнюю роль, как нельзя кстати подходит для российского рынка.* С помощью франчайзинга можно открывать заведомо успешные магазины, рестораны, сервисные центры, а также многое другое. При этом развивается не только отдельно взятая точка, но и вся сеть в целом, что позволяет формировать на рынке успешные и конкурентоспособные компании. Оптимизация нормативно-правовой базы взаимоотношений в процессе франчайзинга, рост степени защиты интеллектуальной собственности, совершенствование форм кредитования франчайзинга будут способствовать перестройке отраслевых особенностей российского рынка, переориентации экономики в целом, росту присутствия франчайзеров в стратегически важных отраслях, что позволит выйти на более высокие уровни развития малого и среднего бизнеса.

Список литературы

1. Гражданский кодекс РФ [Электронный ресурс]. URL: <http://legalacts.ru>.
2. Аборвалова О. Н. Франчайзинг в торговле // Теория и практика общественного развития. - 2013. - № 2. - С. 57-59.
3. Батраченко Д. К. Анализ преимуществ и недостатков франчайзинга // Международный научный институт «Educatio». - 2014. - № 7. - С. 5-8.

4. Бодина К. В. Проблемы развития франчайзинга как формы предпринимательской деятельности в России // Международный студенческий научный вестник. - 2014. - № 13.

5. Вострикова К. В., Слатвицкая И. И. Франчайзинг в России: проблемы и перспективы развития / Материалы VIII Международной студенческой электронной научной конференции «Студенческий научный форум» [Электронный ресурс]. URL: www.scienceforum.ru.

6. Емельянова А. В., Сергеева А. М. Анализ франчайзинга в России на современном этапе развития // Экономика и социум. - 2014. - № 2 (11).

7. Мамедова Ф. И. Перспективы использования франчайзинга для повышения эффективности управления современным торговым бизнесом // Научно-методический электронный журнал «Концепт». - 2014. - Том 20. - С. 2631-2635.

8. Российская Ассоциация Франчайзинга [Электронный ресурс]. URL: <http://ru.rusfranch.ru>.

9. Рязанов А. А., Сыроватко И. В. Факторы, влияющие на развитие франчайзинга: теоретический подход // Транспортное дело России. - 2015. - № 1. - С.150-153.

10. Франчайзинг в России в 2015-2016 году: текущая ситуация и основные тенденции [Электронный ресурс]. URL: <http://franchobzor.ru/stati/135-franchajzing-v-rossii-v-2015-2016-godu-tekushchaya-situatsiya-i-osnovnye-tendentsii>.

11. Фролова В. Б. Франчайзинг как основа долгосрочного развития бизнеса // Концепт. - 2013. - № 11 (27). - С. 1-5.

12. Franshiza.ru [Сайт]. URL: <http://franshiza.ru>.