

УДК 339.187.44

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ БИЗНЕС-СИСТЕМ НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ

Г.Л. Толкаченко¹, А.В. Федоров², А.О. Головин³

¹Тверской государственный университет, г. Тверь

²Тверской государственный университет, г. Тверь

³Тверской филиала Московского государственного университета экономики, статистики и информатики, г. Тверь

В статье анализируется механизм развития франчайзинговых бизнес-систем на региональном уровне, а также дается обоснование внедрения франшизы в деятельность предприятий. Проанализированы основные цели и факторы, при которых возможно построение франчайзинговых отношений, а также рассмотрены основные преимущества для компаний – франчайзи и эффективность их деятельности на рынке. Описано практическое применение модели оптимального развития франчайзинговых бизнес-систем в Тверской области для предприятия «ТВЗ».

***Ключевые слова:** франчайзинг, франчайзер, франчайзи, франчайзинговая система, управления франчайзинговыми системами, Ассоциация органов внешнего финансового контроля Тверской области.*

Введение. В настоящее время в странах с развитой рыночной экономикой наблюдается увеличение продажи товаров и услуг на условиях франчайзинга. Франчайзинг – форма бизнеса, когда большая компания с собственным брендом и продуктом производства позволяет самостоятельному владельцу использовать ее бренд для того, чтобы продавать собственную продукцию. Такая форма организации продажи товаров и оказания услуг в настоящее время популярна во многих странах мира.

В то же время опыт проведения отечественных реформ указывает на то, что собственно отсутствие подобающего внимания к обеспечению стабильности их проведения не только имеет своим результатом неэффективно применяемые средства и усилия, но и ставит явные препятствия на пути последующего их проведения, порождая определенное сомнение к ним со стороны каких-либо субъектов рынка, не только отечественных, но и зарубежных. В этой связи слишком весомо, чтобы начинающая формироваться направленность становления франчайзинга в регионах РФ получила достаточную стабильность и посодействовала одним из отечественных компаний перенять наилучшие эталоны западных технологий, а иным – сделать собственные марки и в недалеком будущем начать покорять развивающиеся, а потом и западные рынки.

Нужна законодательная инициатива по разработке закона о франчайзинге и внесения соответствующих изменений в связанные с ним законы и нормативные акты. Также необходимо включение в правительственную программу поддержки малого предпринимательства системы развития франчайзинга.

Результаты исследования

Недостаточное развитие многих франчайзинговых систем вынуждает франчайзера активизировать свои инициативы, направленные на выявление факторов, влияющих на эти системы, для принятия решений, связанных с расширением собственного бизнеса за счет новых франчайзингов. Этому аспекту функционирования франчайзинговых систем посвящено немало зарубежных и отечественных исследований. Аналитический обзор трудов зарубежных авторов приведен в работе [3].

Согласно статистике Ассоциация органов внешнего финансового контроля в Тверской области каждый год количество предприятий-франчайзи увеличивается в среднем в два раза.

Например количество предприятий-франчайзи 1С представлены ниже на рис.1.

Количество предприятий-франчайзи 1С

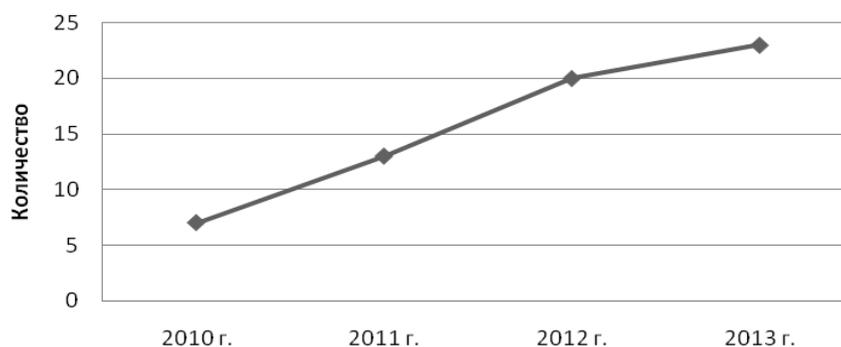


Рис.1 – Количество предприятий-франчайзи 1С за 2010-2013 гг.

Становление франчайзинга на какой-либо территории позволяет довольно быстро сформировывать конкурентную среду. В соответствии с этим получают выгоды покупатели и инвесторы, расширяются возможности финансового подъема. Также, еще есть ряд актуальных составляющих, которые возможно считать выигрышными тем регионам, где франчайзинг уже захватил популярность. Так, почти что все международные и национальные франчайзеры включают в собственные пакеты программное обеспечение, позволяющее подвергать анализу какие-либо этапы процесса (закупки, реализации и др.) совершать проектирование, грамотно вести отчетность и т.п., а, по

существо, управлять хозяйственными процессами и предприятием франчайзи в целом. Требования, предъявляемые к франчайзи, а именно, внедрение компьютера, программных продуктов и сети интернет, увеличивают требования к уровню образования бизнесмена, управляющих и служащих, расширяют возможности применения их индивидуальных способностей. Изменение взгляда на качество знаний в данной области побуждает их делиться своими способностями и профессиональными умениями, что собственно повышает грамотность иных, не зависящих от системы лиц.

Приобретение франшизы дает возможность использовать чужую интеллектуальную собственность и знания, которые свободно или же непроизвольно выходят за границы сети и имеют все шансы быть распространены на иные секторы экономики. В масштабах сети формируются новейшие подходы к работе, корпоративной культуре, культуре рабочего места, с учетом с учетом потребительского поведения, воззрения и мотивации клиентов. Увеличение требовательности потребителей приводит самостоятельных участников рынка к необходимости исследовать опыт и превосходства франчайзеров и франчайзи, а еще использовать освоенные составляющие в практике своих фирм.

Так, согласно рейтингам фирм-партнеров 1С была составлена таблица (Приложение - табл. 1).

Так, как видно из табл. 1 на примере Тверской области бизнес, благодаря франчайзингу, развивается очень успешно. Так, в 2010 году предприятий-франчайзи насчитывалось лишь 7 по области, а в 2013 году их количество стало уже 23. Большинство из них не просто внедряют программу 1С в деятельность организации, но также проводят сертифицирование и обучение персонала в ЦСО.

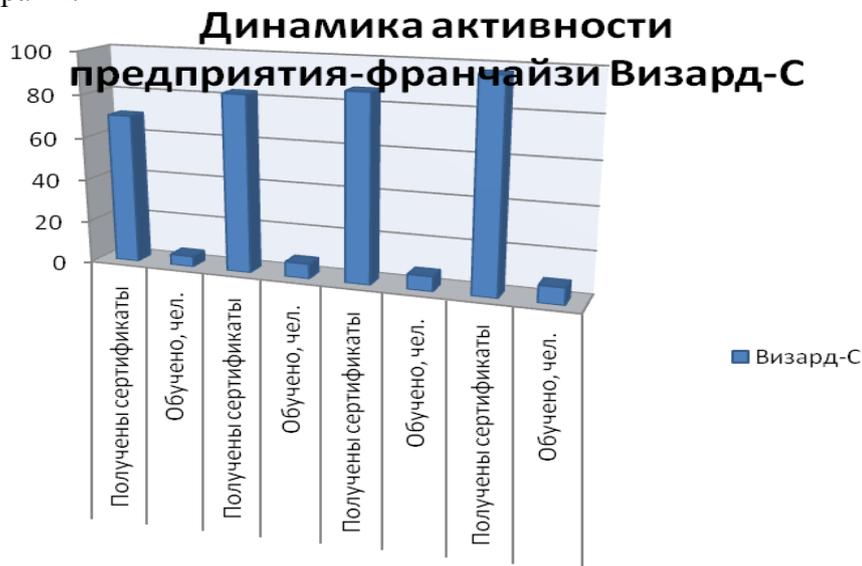
На примере лидера рейтинга, компании Визард-С, что уже более 18 лет работает в сфере компьютерных технологий возможно рассмотреть динамику активности внедрения программы 1С, что представлено на рис.2.

Рассматривая данные по развитию предприятий-франчайзи 1С, постаает вопрос: «Почему так много компаний выбирают не просто программное обеспечение 1С, но и покупают франшизу данного предприятия?». Рассмотрим конкретные преимущества от этой компании при решении стать ее партнером.

Современная технологическая платформа «1С» дает широкие возможности по настройке системы на решение любых задач, отраслевого и специализированного типа, по адаптации к особенностям учета в организации и по интеграции системы с программными и аппаратными средствами других производителей.

Франчайзинговая сеть партнеров развивается фирмой «1С» для квалифицированного выполнения работ по обслуживанию

пользователей системы «1С: Предприятие» и гарантирует качество оказываемых услуг. На сегодня эта сеть не имеет аналогов в России. Так как она организована коллективом, не просто продающих программные продукты, но и имеющих опыт до- и послепродажного обслуживания клиентов, внедрения, сопровождения, а зачастую и разработки программ.



Р и с . 2. Динамика активности предприятия-франчайзи Визард-С

Фирмы-франчайзи имеют в своем составе аттестованных фирмой «1С» специалистов, что гарантирует высокое качество выполнения типового набора услуг, начиная от простой инсталляции и элементарной настройки прикладной конфигурации до интеграции программы с другими пакетами, обучения пользователей и постановки учета на предприятии в полном объеме.

Фирма «1С» и ее партнеры прилагают совместные усилия для постоянного повышения качества обслуживания пользователей. Так было разработано типовую систему качества 1С:Франчайзи, которая позволяет даже небольшим фирмам организовать работу в соответствии со стандартом качества ISO 9001 и получить сертификат международного образца. Сертификация по стандарту ISO 9001 гарантирует, что компания хорошо организована, в ней четко распределены обязанности, процедуры, соблюдается технология работы, имеются оперативные инструкции, документированные и известные всему персоналу, процедура контроля выполняемых работ и, конечно, профессиональный и хорошо обученный персонал, способный выполнять свою работу качественно и в срок.

Отраслевая специализация фирм-франчайзи обеспечивает существенное повышение эффективности их деятельности за счет

хорошего знакомства с предметной областью и способствует появлению конфигураций, хорошо отражающих специфику конкретных отраслей.

Информационно-технологическое сопровождение включает в себя систему правовой поддержки компании "Гарант-Сервис", интегрированную с «1С:Предприятием». Это позволяет фирмам-франчайзи повысить эффективность и качество абонентского обслуживания своих клиентов, а пользователям - оперативно получать на своем рабочем месте электронное издание, не имеющее аналогов на настоящий момент.

Основные преимущества для компаний-франчайзи:

- возможность использования символики «1С» в рамках деятельности, ограниченной договором франчайзинга;
- получение специальной рекламной поддержки в центральной прессе, на выставках и др.;
- получение компенсации затрат на региональную рекламу;
- получение специальной методической рабочей информации;
- возможность получения высоких скидок на приобретаемые в фирме «1С» программные продукты;
- обучение, консультации в фирме «1С» по программным средствам и вопросам франчайзинговой деятельности;
- аттестация своих сотрудников в фирме «1С»;
- регулярное получение актуальной технологической информации, что помогает в практической работе с клиентами

И последнее стоимость франшизы «1С» составляет всего 3000-30000 руб. в зависимости от устанавливаемых компонентов. Исходя из этого было предложено внедрить программу «1С» - купить франшизу предприятию «Тверский вагоностроительный завод», что выпускает вагоны для нужд железных дорог, расположенное в городе Твери.

Стоимость франшизы в 30000 руб. позволяет предприятию купить ее полностью за свой счет.

Для этого рассчитаем экономическую эффективность от принятия предложенного проекта.

Рассчитаем показатель NPV по формуле:

$$NPV = -INV_E + \frac{CF_1}{(1+r)^1} + \frac{CF_2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+r)^n} \quad (1)$$

где INV_E – объем собственных инвестиций, $r = r_E$ – стоимость собственного капитала, а CF_1, CF_2, \dots, CF_n – денежные потоки.

Для данного инвестиционного проекта при стоимости собственного капитала в 100%, величине собственных инвестиций 30000 руб. и чистых денежных потоках, приведенных в таблице 2, величина показателя NPV составляет 71257 руб., что свидетельствует в пользу высокой эффективности проекта.

Показатель IRR определим с помощью решения уравнения

$$\sum_{j=1}^n \frac{CF_j}{(1 + IRR)^j} = INV_E \quad (2)$$

Данное уравнение может быть решено только с помощью электронных таблиц Excel или финансового калькулятора. Полученное значение внутренней нормы доходности необходимо сравнить со стоимостью собственного капитала. Проект принимается, если $IRR > r_E$.

Для данного инвестиционного проекта внутренняя норма доходности составляет 25,78%, что превышает стоимость собственного капитала и, следовательно, свидетельствует в пользу принятия инвестиционного проекта.

Расчитаем дисконтированный период окупаемости с помощью специальной таблицы дисконтированных денежных потоков.

Расчет дисконтированного периода окупаемости инвестиционного проекта с помощью таблицы дисконтированных денежных потоки

Таблица 2

Дисконтированные денежные потоки

Год	2013	2014	2015
Чистый денежный поток	30000	9.25	23.64
Дисконтированный денежный поток	30000	2.49	4.90
Аккумуляирован.дисконтированный денежный поток	30000	3.00	0.90

Из таблицы видно, что дисконтированный период окупаемости составляет $2 + 4,00 / 4,90 = 2,82$ года. Это меньше, чем продолжительность проекта, и поэтому проект может быть принят по этому критерию.

Выводы. В статье рассмотрена сущность франчайзинга как формы бизнеса, когда большая компания с собственным брендом и продуктом производства позволяет самостоятельному владельцу использовать ее бренд для того, чтобы продавать собственную продукцию.

На сегодняшний день участники франшизных отношений на региональном рынке серьезно рискуют из-за административных барьеров, периодических перемен рыночной ситуации, отсутствия единого понимания франчайзинга, достаточно большого уровня недоверия, недобросовестности партнеров, ложных обещаний, слабой защиты прав интеллектуальной собственности, пренебрежения партнеров интересами системы, финансовых и других коммерческих рисков, а также неумения управлять ростом сети. Например, несоответствие системы франчайзера характеру рынка приводит к неоправданным потребительским ожиданиям и недоверию к другим игрокам рынка. Достаточно велика вероятность ограничения конкуренции в некоторых секторах экономики, при этом доминирующее положение на рынке скрыто, поскольку все участники сети – независимые юридические лица. В таком варианте серьезно повышается риск при выходе на рынок новых организаций, не

являющихся участниками сети. В случае жесткой привязки франчайзи к поставщикам франчайзера вероятно ограничение возможностей местных производителей.

Серьезное препятствие развитию франчайзинга в регионах, по крайней мере в настоящее время, – нехватка профессиональных разработчиков систем и консультантов в этом направлении. И если в крупных городах проводятся семинары, конференции и выставки по вопросам интеллектуальной собственности, формированию и коммерциализации, инновациям и новым технологиям в бизнесе, обсуждаются вопросы вертикальной интеграции и франчайзинга, то на большей части территории России возможность широкого обмена знаниями реализуется крайне недостаточно. А регионам это нужно.

В статье описано практическое применение модели оптимального развития франчайзинговых бизнес-систем в Тверской области для предприятия «Тверской вагоностроительный завод», которому было предложено приобретение франшизы «1С», рассчитана ее экономическая эффективность, описано основные преимущества данной покупки.

Список литературы

1. Алгазина Д.Г., Алгазин Г.И. Моделирование взаимосвязи прибыли франчайзера и развития франчайзинговой системы на конкурентном рынке. – М., 2013.
2. Алгазин Г.И., Алгазина Д.Г. Моделирование много-агентных франчайзинговых систем : монография. – Барнаул, 2010.
3. Ардашева Л.М., Скопин А.О. Положительные отношения между целями прибыли франчайзера и ростом франчайзинговой системы // Управление экономическими системами: электрон. науч. журн. – 2009. – №2(10) [Электронный ресурс]. – URL: <http://uecs.mcnip.ru>.
4. Колемаев В.А. Математическая экономика : учебник для вузов. – М., 2008.
5. Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. Активный прогноз. – М., 2012.
6. Brickley J., Dark F. The Choice of Organization Form: The Case of Franchising // Journal of Financial Economics. – 1987. – Vol. 18.
7. Knott A.M. The Dynamic Value of Hierarchy // Management Science. – 2011. – Vol. 47(3).
8. Lal R. Improving Channel Coordination Through Franchising // Marketing Science. – 1990. – Vol. 5.
9. Castrogiovanni G., Robert J., Scott J. Franchise Failure Rates: An Assessment of Magnitude and Influencing Factors // Journal of Small Business Management. – 2003.
10. Carney M., Gedajlovic E. Vertical Integration in Franchise Systems: Agency Theory and Resources Explanations // Strategic Management Journal. – 2001. – Vol. 12.
11. Рейтинг фирм - партнеров 1С (франчайзи). [Электронный ресурс]. – URL: <http://akachur.ru/rating.php?s=31>
12. Официальный сайт компании 1С. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.1c.ru/rus/firm1c/franch.htm>

Таблица 1

Динамика развития предприятий-франчайзи 1С в Тверской области за 2010-2013 гг.

Предприятия – франчайзи	2010 г.		2011 г.		2012 г.		2013 г.	
	Получены сертификаты	Обучено, чел.	Получены сертификаты	Обучено, чел.	Получены сертификаты	Обучено, чел.	Получены сертификаты	Обучено, чел.
Визард-С	70	5	83	7	87	7	97	8
Компания ОМНИТЕК	0	0	35	0	40	0	46	0
СДД	0	0	10	1	20	2	23	3
ОКСи	10	1	15	1	20	2	28	2
Компьютерные Бизнес Системы	0	0	35	1	40	2	49	2
Профи	0	0	0	0	5	0	6	0
НАВИГАТОР	0	0	0	0	0	0	3	0
ГК "Бизнес- Алгоритмы"	30	0	35	0	45	0	51	0
Боцман	0	0	10	0	11	0	13	0
АЛЬФА	0	0	0	0	0	0	2	0

Предприятия – франчайзи	2010 г.		2011 г.		2012 г.		2013 г.	
	Получены сертификаты	Обучено, чел.						
Аудит. Проф	0	0	1	0	0	0	4	0
Взлёт Консалт	1	1	2	1	7	2	9	2
Андреев Софт	5	2	7	2	10	3	15	4
АКИТ-центр	5	1	7	1	10	2	14	2
ЕЦКА	0	0	0	0	3	0	5	0
Айрин-Аудит	0	0	0	0	4	0	5	0
1С:Франчайзинг. Финансы и бухгалтер	0	0	2	0	4	0	6	0
Инфотек	0	0	0	0	2	1	3	1
И.Т.М.	0	0	0	0	4	0	6	0
АБС	0	0	1	0	5	0	7	0
ИТ Спектр	0	0	0	0	1	1	2	0
СПЕКТРУМ	0	0	0	0	2	0	4	0
Базис-Софт	0	0	0	0	2	0	3	0

Построено автором согласно данных [11, 12]

FEATURES OF FRANCHISE BUSINESS SYSTEMS' DEVELOPMENT AT A REGIONAL MARKET

G.L.Tolkachenko¹, A.V. Fedorov², A.O. Golovin³

^{1,2}Tver State University

³Tver State University

This article analyzes the mechanism of development of franchised business systems at the regional level, as well as a justification for introducing a franchise in enterprises. Analyzed the main objectives and factors that can build a franchise relationship, as well as the main advantages for franchisees and their effectiveness in the marketplace. Describes the practical application of the model of optimal development of franchised business systems in the Tver area for «TVZ».

Keywords: *franchising, franchisor, franchisee, franchise system, franchise management systems, types of franchise systems and franchise relationships.*

Об авторах:

ТОЛКАЧЕНКО Галина Львовна – заведующая кафедрой финансов и кредита Тверского государственного университета, кандидат экономических наук, профессор, e-mail: eco_fic@mail.ru

ФЁДОРОВ Александр Валерьевич – соискатель кафедры «Финансы и кредит» Тверского государственного университета, e-mail: fedorovav.tver@mail.ru

ГОЛОВИН Алексей Олегович – кандидат экономических наук, доцент кафедры финансов и кредита Тверского филиала Московского государственного университета экономики, статистики и информатики, e-mail: eco_fic@mail.ru

About the authors:

TOLKACHENKO Galina L'vovna – Head of Finances and Credit Department at Tver State University, Philosophy Doctor in Economics, Professor, e-mail: eco_fic@mail.ru

FJODOROV Aleksandr Valer'evich – postgraduate research student at Finances and Credit Department, Tver State University, e-mail: fedorovav.tver@mail.ru

GOLOVIN Aleksey Olegovich – Philosophy Doctor in Economics, Associate Professor of Finances and Credit Department, Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics, Tver branch, e-mail: eco_fic@mail.ru

References

1. Algazina D.G., Algazin G.I. Modelirovanie vzaimosvjazi pribyli franchajzera i razvitija franchajzingovoj sistemy na konkurentnom rynke. – M., 2013.
2. Algazin G.I., Algazina D.G. Modelirovanie mnogo-agentnyh franchajzingovyh sistem : monografija. – Barnaul, 2010.
3. Ardasheva L.M., Skopin A.O. Polozhitel'nye otnoshenija mezhdju celjami pribyli franchajzera i rostom franchajzingovoj sistemy // Upravlenie jekonomicheskimi sistemami: jelektron. nauch. zhurn. – 2009. – №2(10) [Jelektronnyj resurs]. – URL: <http://uecs.mcnip.ru>.
4. Kolemaev V.A. Matematicheskaja jekonomika : uchebnik dlja vuzov. – M., 2008.
5. Novikov D.A., Chhartishvili A.G. Aktivnyj prognoz. – M., 2012.
6. Brickley J., Dark F. The Choice of Organization Form: The Case of Franchising // Journal of Financial Economics. – 1987. – Vol. 18.
7. Knott A.M. The Dynamic Value of Hierarchy // Management Science. – 2011. – Vol. 47(3).
8. Lal R. Improving Channel Coordination Through Franchising // Marketing Science. – 1990. – Vol. 5.
9. Castrogiovanni G., Robert J., Scott J. Franchise Failure Rates: An Assessment of Magnitude and Influencing Factors // Journal of Small Business Management. – 2003.
10. Carney M., Gedajlovic E. Vertical Integration in Franchise Systems: Agency Theory and Resources Explanations // Strategic Management Journal. – 2001. – Vol. 12.
11. Rejting firm - partnerov 1S (franchajzi). [Jelektronnyj resurs]. – URL: <http://akachur.ru/rating.php?s=31>
12. Oficial'nyj sajt kompanii 1S. [Jelektronnyj resurs]. – URL: <http://www.1c.ru/rus/firm1c/franch.htm>