

bility of applying the franchisee of a simplified accounting system and to create a network of training and counseling franchising centers throughout Russia.

References.

1. Website materials of the Russian Franchise Association [Electronic access] - Mode of access: <http://ru.rusfranch.ru/>, free
2. Karih E. State and franchising // Career. - 2002.- No. 10 – p.-16
3. Website materials of the Directory of franchises - [Electronic access] - Mode of access: <http://www.franshiza.ru/>, free
4. Panyukova V. V. Advantages and disadvantages of franchising for Russian companies// Marketing in Russia and abroad. - 2009. No.6.- p. 88.

РАЗВИТИЕ РОССИЙСКОГО ФРАНЧАЙЗИНГА В ОТНОШЕНИИ ИННОВАЦИОННЫХ ПРОДУКТОВ

А.А. Колесова, студентка гр. 3АМ4А ИСГТ

Томский Политехнический Университет

г. Томск, Тел. 8-913-812-38-71

E-mail: aak13@tpu.ru

Мировая практика доказала, что франчайзинг является одним из эффективных способов развития бизнеса. Суть франчайзинга в том, что в обмен на часть прибыли вы получаете известный торговый знак, проверенный метод ведения бизнеса, и, вместе с тем, целый пакет новых технологий и «ноу-хау».

Франчайзинг – это система взаимоотношений, которая заключается в возмездной передаче одной стороной (франчайзером) другой стороне (франчайзи) товарного знака, технологии и другой коммерческой информации, использование которой будет способствовать росту франчайзи и надежному закреплению на рынке [1].

Особенностями франчайзинга в отличие от других форм ведения бизнеса являются:

- 1) Быстрое и эффективное начало бизнеса. Система франчайзинга дает информацию, которая помогает франчайзи найти подходящее местоположение для предприятия, сделать его дизайн и убедиться в том, что бизнес правильно функционирует. Франчайзи не нужно беспокоиться о проблемах, возникающих на начальной стадии, потому что он имеет опыт своего франчайзера;
- 2) Поддержка франчайзи в период перед открытием бизнеса;
- 3) Возможность использовать репутацию и товарный знак франчайзера;
- 4) Получение франчайзером гарантировано стабильного объема продаж своей продукции, так как франчайзи обязаны покупать у него определенные договором партии товара, расходных материалов или иной продукции / услуг [2].

В настоящее время в России наблюдается франчайзинговый бум, который предоставляет хорошие возможности как российским, так и иностранным компаниям. Из 600 франчайзинговых систем в России, присутствующих на рынке, 66% - российские, а 34% - американские и европейские. Сегодня в России функционирует более 2000 франчайзеров – производителей товаров и услуг, и около 12000 франчайзи, которые обладают правом использования бренда [3]. Рейтинг российских франшиз 2014 года, представленный на сайте franch.biz, отражен в таблице ниже.

Таблица 1

Рейтинг российских франшиз, 2014 год

Компания	Направление
«Бегемотик»	Детские франшизы
«Пятерочка»	Розничная торговля
«SubWay»	Кафе и рестораны
«МТС»	Розничная торговля
«33 пингвина»	Кафе и рестораны
«Стардог!s»	Кафе и рестораны
«Велл»	Отдых и развлечения
«Oodji»	Одежда
«Лукойл»	Авто
«Ехретро!»	Подарки

Как уже было отмечено, большая часть франшиз на отечественном рынке - российские. Каждая имеет уникальный опыт в ведении бизнеса, который передается новым партнерам. Но существует целый ряд франшиз, которые, в значительно большей степени, чем остальные, основаны на собственных оригинальных технологиях и научных разработках. Российский опыт в области продвижения технологий с помощью франчайзинга представляет большой интерес.

Некоторые технологические компании России достаточно быстро освоили и приняли преимущества франчайзинга для продажи и продвижения на рынке инновационных продуктов. С помощью франчайзинга новые технологии быстро получают массовый спрос и использование.

Успешным примером активного распространения российских технологий с помощью франчайзинга является компания «1С». Российская фирма «1С» основана в 1991 году и специализируется на разработке, дистрибуции, издании и поддержке компьютерных программ делового и домашнего назначения. «1С: Франчайзинг» - это около 6500 предприятий, сертифицированных фирмой «1С» на оказание комплексных услуг по автоматизации на базе программных продуктов «1С» управления и учета на предприятиях.

В настоящее время компания «1С» занимает более чем треть российского рынка ERP- систем. Такие быстрые темпы роста говорят об огромном потенциале фирмы. Необычность партнерской сети состоит в том, что она построена по принципу франчайзинга, чего не практикуют ведущие мировые производители ERP- систем. Партнеры «1С» платят только за лицензию, а выручку забирают себе, то есть зарабатывают больше, чем партнеры крупных иностранных игроков.

Но сегодня компания «1С» заметно отстает от ее западных конкурентов. Рассмотрим самого главного конкурента – SAP (Systems, Applications and Products in Data Processing). Доля компании на российском рынке составляет 50%. Фирма отличается высоким уровнем безопасности программного обеспечения. Более того, русский язык – один из основных языков локализации программных продуктов SAP. Клиентами SAP являются крупнейшие компании России: Газпром, Лукойл, Роснефть, РЖД, Сбербанк России, Сургутнефтегаз и другие. И на этом фирма не останавливается. В Москве и Киеве созданы информационно - сервисные центры, а также в 2011 году в иннограде «Сколково» начала работу Sap-Lab- инновационная лаборатория высоких технологий SAP.

Методики «1С» все – же предназначены только для российского бизнеса, и, стоит предположить, что за границей информационные системы автоматизации бизнес- процессов данной фирмы не будут пользоваться популярностью. Именно поэтому главными потребителями продуктов «1С» на мировом рынке может выступать малый бизнес, которому не целесообразно устанавливать более сложные программы этой сферы рынка.

Другим примером успешного франчайзинга в отношении инновационных продуктов служит хорошо известная сеть ИНВИТРО, действующая с 1998 года. Независимая лаборатория ИНВИТРО одна из первых на рынке медицинских услуг использовала принцип сетевого бизнеса, с 2005 года компания развивает франчайзинг. По данным на 20 сентября 2014 года ИНВИТРО имеет 639 медицинских офисов в России, Украине и Казахстане.

Среди проектов компании ИНВИТРО инвестиции в биотехнологические решения, в частности в 3D- биопринтер, который может стать решением одной из глобальных проблем медицины – острой нехватки донорских органов. Еще один проект - это аутодонорский банк крови, в котором каждый желающий смог бы сохранить свою кровь и при необходимости воспользоваться этими запасами, например, для переливаний. Реализация проекта пока невозможна, потому что по нормам законодательства подобные медицинские услуги могут предоставляться только медицинскими учреждениями государственного сектора. Среди последних решений ИНВИТРО – введение собственной сети аккредитованных исследовательских центров по стране, создание эффективной системы информирования и набора пациентов, возможность регионального мониторинга. ИНВИТРО давно вышла за рамки только лабораторной диагностики. Ни одна лаборатория не предлагает подобного набора услуг. Все это стало возможным благодаря широкой географии охвата и разветвленной сети медицинских офисов.

Для развития франчайзинга в России определенный интерес представляют предложения по включению в правительственную программу поддержки малого предпринимательства системы развития франчайзинга. Одной из последних разработок «Ассоциации молодых предпринимателей России» стала концепция «Госфранчайзинг». Главная цель - выстраивание партнерских отношений между государством и частным бизнесом. В рамках «Госфранчайзинга» предлагается объединить систему поддержки МСП и программы по развитию экономики и инфраструктуры с применением идеи франчайзинга. Использование технологий франчайзинга позволит привлечь или создать для решения

масштабных задач необходимое число исполнителей – малых и средних компаний, действующих по единым стандартам. По предположениям участников «Ассоциации молодых предпринимателей России», государство будет выдавать франшизу на открытие бизнеса в той сфере, которая требует особой поддержки в конкретном регионе. Другими словами, государство будет делегировать частным лицам задачу по развитию той или иной сферы экономики [4].

Модель «Госфранчайзинга» подразумевает отсутствие необходимости разработки бизнес-планов государством, оно будет являться посредником между франчайзером и франчайзи. Для этого необходимо создать нормативную базу, регламентирующую основания, условия и порядок применения «Госфранчайзинга». Представляется логичным создание региональных «госфранчайзинговых центров». На наш взгляд, осуществление предлагаемой концепции «Госфранчайзинг» позволит увеличить долю малого и среднего бизнеса в ВВП страны, и в тех отраслях, в которых заинтересовано и государство, и общество. Кроме того, система «Госфранчайзинга» наиболее действенно повлияет на рост занятости населения. Немало важным является и тот факт, что реализация данной идеи позволит государственным программам развития быть более эффективными и прозрачными.

В целом, мы убедились в том, что франчайзинг в отношении инновационных продуктов является важным инструментом развития экономики. Он открывает значительные возможности не только для создания новых продуктов, новых исследований, но и для решения многих социально – экономических проблем. Франчайзинг усиливает высокотехнологичные сферы. А, как мы успели понять, если эти сферы развиваются, то развивается и экономика страны в целом.

Литература.

1. Материалы сайта Российская Ассоциация Франчайзинга – [Электронный доступ] – URL: <http://ru.rusfranch.ru/>
2. Андроненкова А.В. Франчайзинг как форма организации бизнеса [Электронный доступ] –URL: <http://npmaf.com>
3. Материалы сайта Каталог франшиз России – [Электронный доступ] – URL: <http://www.franch.biz/>
4. Материалы сайта Госфранчайзинг – [Электронный доступ] – URL: госфранчайзинг.рф

ОСОБЕННОСТИ И ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО ФРАНЧАЙЗИНГА

А.А. Колесова, студентка гр. ЗАМ4А ИСГТ

Томский Политехнический Университет

г. Томск, Тел. 8-913-812-38-71

E-mail: aak13@tpu.ru

Ситуация, которая сложилась на рынке на данный момент, позволяет с уверенностью утверждать то, что в настоящий период наблюдается интенсивный рост такой бизнес-технологии как франчайзинг на российском рынке товаров и услуг. Высокоэффективному формированию франчайзинга на российском рынке содействует созданная инфраструктура, как осуществляющая пропаганду франчайзинга в качестве эффективного способа вести бизнес, так и обеспечивающая консультирование субъектов франчайзинга. Главную роль по выполнению вышеперечисленных функций играет Российская ассоциация развития франчайзинга (РАРФ) и Российская ассоциация франчайзинга (РАФ), которые ежегодно проводят различные выставки, конференции и семинары, чтобы создать благоприятную информационную среду, которая поспособствует развитию российского франчайзинга.[1]

Однако имеет место быть ряду проблем, замедляющих развитие франчайзинга в России. Основные проблемы можно сгруппировать по причинам их возникновения: экономические, организационно-правовые и социально-психологические. Данные проблемы тесно связаны с проблемами как с экономической точки зрения, так и с правовой. Вступая в систему франчайзинга, франчайзи испытывает ряд опасений, которые вызваны как экономическими, так и правовыми аспектами. Основное опасение - это банкротство, которое может быть вызвано неверными действиями франчайзера. Как раз, именно, правовая основа должна обеспечить спокойствием франчайзи, так как он является владельцем своей фирмы, юридическим лицом, которое должно быть подтверждено необходимыми юридическими аспектами.[2]

Важнейший социально-психологический аспект системы франчайзинга – это традиционное для нашей страны и для наших людей неуважение к интеллектуальной собственности. Для решения этой проблемы требуется сочетание экономических и правовых влияний, которые смогут сделать неэффективным несанкционированное пользование чужой интеллектуальной собственности.