

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: gosfranch.ru

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.

Также образование, которое является механизмом разрешения социально-психологических проблем, занимает особое место среди основных проблем франчайзинга. Эта проблема вызвана тем, что представители малого бизнеса обладают слабой подготовкой в сфере франчайзинга. Решить эту проблему можно лишь созданием сети учебных и центров консультаций по франчайзингу, что вызывает лишь решение только экономических проблем системы. Более того, проблемы в образовании в сфере франчайзинга поспособствуют расширению знаний франчайзи в области экономики и права.

Как можно заметить, решения экономических, социально-психологических, организационно-правовых и образовательных проблем франчайзинга возможны лишь только в комплексе, так как решение одной проблемы вызывает необходимость решения других.

В результате анализа проблем франчайзинга в России, можно подчеркнуть то, что для развития российского франчайзинга имеются достаточно широкие возможности и перспективы. Однако для осуществления возможностей требуется создание определенных условий:

- В России существует необходимость в законодательной инициативе по разработке закона о франчайзинге и внесении соответствующих изменений в связанные с ним законы и нормативные акты.
- Также существует необходимость во включении в правительственную программу по поддержке малого бизнеса системы развития франчайзинга.
- Важным моментом является создание системы налоговых льгот для фирм-франчайзи, особенно на начальном этапе развития франчайзинговой системы. Целесообразность заключается в предоставлении франчайзи возможности применения упрощенной системы бухгалтерского учета.
- Необходимо создание сети учебных центров и центров консультаций по франчайзингу, не только в центре, но и по всей России, во всех регионах.

Перспективы развития франчайзинга в России являются наиболее благоприятными в настоящее время. Сегодня страна является мировым лидером по темпам роста числа франчайзинговых компаний: за последние три года их стало больше на 98%. *Вопреки замедлению российской экономики, 2013 год оказался годом расцвета для франчайзинга: число франчайзинговых предприятий в России возросло на 30%.* По числу франчайзинговых точек в прошлом году Россия обошла Германию (74,6 тыс. и 72,7 тыс. соответственно), однако российская государственная статистическая служба до сих пор никак не измеряет франчайзинг в качестве отдельного вида предпринимательской деятельности. Данные, которые приводятся в данной работе, - результат масштабного исследования, впервые в российской практике проведенного порталом Franshiza.ru путем анкетирования игроков рынка.[3]

Оборот франчайзингового рынка в России пока занимает не столько большую долю в ВВП страны, как, например, в США (вклад франчайзинга в США - 10%). Но за последний год эта цифра значительно выросла и превысила 3,5% от ВВП).

В целом можно выделить семь основных факторов, которые определили динамику развития российского франчайзинга в 2013 году:

1. Легальность. В российской правовой системе суть франчайзинговых взаимоотношений отражает договор коммерческой концессии.

2. **Новые финансовые инструменты.** В прошлом году финансово-кредитный сектор по-настоящему разглядел франчайзинг как точку роста в экономике, потому что стал массово выводить на рынок банковские продукты, специально адаптированные под нужды франчайзи. Речь идет о программах кредитования на открытие бизнеса по франшизе. Так, например, Сбербанк реализует программу «Бизнес-старт» на открытие своего бизнеса по программе франчайзинга.

3. Увеличение количества торговых площадей. Появление новых торговых площадей, особенно качественных торговых центров, всегда способствовали росту для франчайзинга.

4. Появление франшиз из регионов России. Рынок франшиз в 2013 году был наполнен новыми концепциями, которые зародились и распространялись в регионах, а теперь стали претендовать на статус федеральных.

5. Мода на услуги. Сфера розничной торговли исторически была основной для российского франчайзинга. Доля торговых франшиз, работающих на рынке, всегда заметно превышала половину. Однако, в последние несколько лет наметился перелом. По итогам 2013 года совокупная доля продовольственной и непродовольственной розницы в общей массе франчайзинговых проектов составила 47%. Структура российского франчайзинга представлена на рис. 2. Это произошло, в первую очередь, из-за роста франшиз в сфере услуг бизнесу и населению.



Рис. 2. Структура российского франчайзинга.[4]

6. Конверсионный франчайзинг. В 2013 году активно использовался так называемый конверсионный франчайзинг. Это когда владелец уже действующего предприятия сходного профиля присоединяется к сети франчайзера и начинает работать под его торговым знаком.

7. **Иностранные концепции.** Распространение российского франчайзинга произошло и благодаря приходу на рынок международных игроков. Среди них можно выделить американские сети чая с фруктовым желе «Bubble Tea», сети фаст-фуда «Кинг Бургер», а также ставшие популярными за последнее время замороженные йогурты компании «Pinkberry».

Подводя итог анализу проблем и перспективам франчайзинга, можно сделать вывод, что для развития франчайзинга в России имеются достаточно широкие возможности, для реализации которых необходимо создать определенные условия. Нужна законодательная инициатива по разработке закона о франчайзинге и внесение 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 по всей России.

Литература.

1. Материалы сайта Российская Ассоциация Франчайзинга – [Электронный доступ] – Режим доступа: <http://ru.rusfranch.ru/>, свободный
2. Карих Е. Государство и франчайзинг // Карьера. – 2002. – №10 – с.16
3. Материалы сайта Каталог франшиз – [Электронный доступ] – Режим доступа: <http://www.franshiza.ru/>, свободный
4. Панюкова В.В. Преимущества и недостатки применения франчайзинга для российских предприятий // Маркетинг в России и за рубежом. – 2009. – №6. – С.88.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ АНАЛИЗ. МЕТОДЫ ИНВЕСТИЦИОННОГО АНАЛИЗА

Х.Н. Комилов

*Юргинский технологический институт (филиал) Национального исследовательского
Томского политехнического университета
652055, Кемеровская обл., г. Юрга, ул. Ленинградская, 26
E-mail: khuseyn-1995@mail.ru*

Для каждой солидной корпорации главной целью всегда будет увеличение дохода с помощью инвестирования капитала. Прежде чем приступить к вложению средств, руководству нужно определить финансовую базу компании, объем возможных инвестиций, а также экономическую целесообразность участия в предлагаемом проекте. Поэтому очень важно правильно воспользоваться собранной инфор-