

2. Литвиненко, И.Л. Транснационализация как один из мотивов прямого иностранного инвестирования в региональную экономику [Текст] / И.Л. Литвиненко // Инновационные технологии – основной ресурс социально – экономического развития России: материалы международной научно-практической конференции. – Ростов н/Д: Институт управления, бизнеса и права, 2008. – 0,3 п.л.

ФРАНЧАЙЗИНГ: СРЕДСТВО ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ

*К.А. Чубирко, Е.Н. Камышанченко
г. Белгород, Россия*

В большинстве стран мира франчайзинг является методом тиражирования успешных компаний и брендов. В общем смысле – это «аренда» торговой марки, когда ее владелец (франчайзер) дает пользователю (франчайзи) право на использование марки, репутации бренда и методов ведения бизнеса. Он предоставляет множество возможностей по развитию сети при помощи партнеров-франчайзи. Крупнейшие мировые компании, такие как McDonald's, Baskin-Robbins, 7-Eleven, SPAR, используют франчайзинг на протяжении десятилетий. Именно благодаря франчайзингу данные компании смогли занять свою нишу на мировом рынке соответствующей продукции (к примеру, более 80% ресторанов McDonald's – франчайзинговые). Сегодня франчайзинг успешно используется в 80 странах мира, где франчайзинговые компании создают около 13% валового национального продукта [1].

В соответствии с высказыванием Джеймса Гансингера (James Hansinger), президента компании Subway Russia LLC, пути восстановления экономик ведущих стран мира показывают растущую роль франчайзинга как одной из наиболее эффективных форм ведения бизнеса и формирования массового предпринимательского класса. Франчайзинг значительно снижает риски начинающих предприятий, позволяет вложить в бизнес широкие слои населения, помогает предпринимателям эффективнее расходовать средства, решать проблемы, предоставляет им доступ к современным, проверенным технологиям ведения бизнеса.

Рассматривая влияние франчайзинга на развитие российских предприятий отметим, что, по словам Бориса Нуралиева, генерального директора компании «1С», данная компания производит компьютерные программы. Их ключевой продукт – система программ «1С-Предприятие». В 2010 году компания впервые вошла в список крупнейших частных компаний России («Топ-200») и в список европейских поставщиков программного обеспечения «Топ-100», составленные журналом Forbes. Своими успехами фирма во многом обязана франчайзингу. Компании «1С» давно использует эту форму ведения бизнеса. Сегодня у компании более 7,5 тысячи франчайзи, в которых работают свыше ста тысяч инженеров и других специалистов» [2, с.2].

Таким образом, экономический эффект франчайзинга заключается в сочетании энергии, подвижности малого предприятия, где хозяин находится рядом с клиентом (что обеспечивает ему эффективную обратную связь), и мощи «раскрученной» торговой марки, новейшей технологии, доступной лишь большой, сильной фирме. Также важен и психологический эффект. С одной стороны, франчайзи знают, что это их личный бизнес, который можно продать, передать по наследству. С другой стороны, они не одиноки, они в команде.

Для регионов данные обстоятельства особенно важны. Темпы роста франчайзинга по России впечатляют: это не только Москва и Петербург, но и Дальний Восток, Северный Кавказ, Сибирь. В настоящее время франчайзинг – самый надежный и быстрый способ поднять экономику всей страны.

Применение и развитие франчайзинга в регионах могло бы способствовать содействию инновационного развития, внедрению новых бизнес-технологий, стандартов организации бизнеса и повышению деловой культуры в этих регионах.

Региональная экспансия практически каждого крупного франчайзера и вызванное им повышение конкуренции вызывает разработку и внедрение инновационных бизнес-стандартов со стороны местных бизнесменов, вынужденных адаптироваться к новому уровню качества их работы.

Большинство небольших региональных предприятий при появлении в регионе рекомендовавших себя брэндов сталкиваются с необходимостью применять инновационные методы работы с целью дальнейшего развития своих бизнес-проектов.

Использование франчайзинга снижает издержки, повышает эффективность рекламы, внедрения технических и технологических новшеств, увеличивает объем продаж и прибыль предприятий, что в совокупности способствует развитию экономики в целом. Помимо этого, франчайзинговые сети выступают в качестве каналов трансфера инноваций, в которых компания-франчайзер выступает разработчиком инноваций, а компания-франчайзи является их потребителем и внедрителем. Для стабильного развития франчайзеру необходимо создать систему стандартов, отвечающую современным рыночным условиям, и организовать механизмы контроля за оказываемыми услугами.

Для региона присутствие крупных франчайзеров крайне выгодно как по чисто экономическим причинам (создание значительного числа рабочих мест, вовлечение более широких слоев населения в современные экономические процессы, развитие в регионе третичного сектора экономики), так и на более широком уровне (постепенное нивелирование степени экономического развития между регионом и центром, качественные преобразования в развитии региона в целом, особенно в части инфраструктуры услуг, товаров и работ) [3].

Помимо вышеперечисленного, присутствие крупных франчайзеров в регионе в значительной степени увеличивает его инвестиционную привлекательность, в том числе и для зарубежных инвесторов, в довольно значительной степени ориентирующихся на присутствие в регионе известных брэндов.

Международные франчайзинговые сети дают преимущества российской экономике. По мнению Джека Эрли (Jack Earle), председателя совета директоров Международной ассоциации франчайзинга (США), любая новая бизнес-модель, независимо от того, где она действует, несет в себе некоторую долю риска (соотношение величины возможных убытков к ожидаемой прибыли). Низкий коэффициент риска может рассматриваться как мощный стимул к инвестированию во франчайзинг [2, с.2].

Для развития франчайзинга нужна системная поддержка: авторитетное руководство из центра, реклама, обучение, особенно менеджеров среднего звена. Такая поддержка особенно востребована в странах Восточной и Центральной Европы, на рынках новых независимых государств. Франчайзинг остается очень привлекательным для малого бизнеса. Апробированные франчайзинговые сети гарантируют качество и единообразие, предлагают бизнес-структуру, легко адаптируемую к другой культуре.

Франчайзинг способен в короткие сроки обеспечить потребителей в разных странах товарами и услугами равноценного качества по умеренным ценам. Интеграция в единое глобальное экономическое пространство позволяет быстро и без лишних затрат расширять торгово-экономические связи с другими рынками, использовать такие эффективные методы стимулирования торговли, как фирменный стиль торговых марок, радио-, телевизионную и печатную рекламу и т.д.

Франчайзинг создает рабочие места в момент, когда экономическая нестабильность ведет к увеличению уровня безработицы. Отсутствие гарантии занятости может стимулировать людей к тому, чтобы попробовать свои силы в этом виде деятельности. Сегодня, спустя почти два десятилетия после перехода России к рыночной экономике, уже можно утверждать: франчайзинг, без сомнения, способствовал экономическому росту страны, увеличению занятости населения.

Как показал опыт работы компании Subway, одно из основных достоинств франчайзинга в том, что он формирует класс предпринимателей. С 2005 года Subway продали в

России 298 договоров франшизы и, по данным на конец мая 2011 года, помогли состояться 103 новым предпринимателям. Многие из них сейчас открывают свой второй, третий, четвертый ресторан Subway.

Таким образом, франчайзинг создает предпринимателей, а предприниматели открывают рабочие места, что очень важно. Только в 2010 году компания Subway создала свыше тысячи, а в 2011 году было открыто в России еще более двух тысяч новых рабочих мест.

Франчайзинг создает рабочие места и в других секторах экономики. Так, компания Subway закупает в России все или почти все продукты питания, которые продаются в ресторанах компании. Почти все действующее оборудование также произведено в России. Франчайзи компании создают рабочие места в упаковочной, обрабатывающей, пищевой промышленности, в сфере логистики, транспорта, строительства, недвижимости, других секторах.

Франчайзинг ускоряет темпы экономического роста и расширяет его географические границы. На сегодняшний день компания Subway имеет 216 ресторанов в 37 городах России, и это заслуга франчайзинга. Данная форма предпринимательства растет, потому что опирается на бизнес-решения местных предпринимателей. В каждом из городов, куда пришла данная сеть, есть предприниматели, которые стали франчайзи компании и сами решают, как им вести дело. Они знают рынок, знают людей, понимают экономику городов в своих регионах и поэтому не боятся вкладывать деньги в данный бизнес.

Итак, формула успеха во франчайзинге – доступность, обучение, поддержка, известный бренд, качественная продукция и хороший сервис. Тогда на выходе получаем рентабельность и успех. Таким образом, в России существует настоятельная потребность в более полной информации о франчайзинге. Необходимо просвещать широкие слои населения, вести разъяснительную работу о преимуществах этой формы в деловых и политических кругах.

Сегодня крупные торговые фирмы рассматривают франчайзинг как основное средство обеспечения роста. Поэтому в ближайшие годы он будет расти в геометрической прогрессии. В настоящее время в России 32 % ресторанов работают под «крылом» крупных торговых марок, и рост в этом направлении продолжается (в Великобритании данный показатель составляет 39 %).

Франчайзинг гарантирует единообразие. Покупатель, отправляясь в магазин за товаром, входящим во франчайзинговую сеть, может быть уверен в том, что его ожидания оправдаются. Таким образом он получит гарантированное единообразие товаров и услуг и превышение уровня ожиданий. Конечно, можно посетить независимую торговую точку и тоже остаться довольным. Но, как правило, визит к незнакомому торговому оператору сопровождается справедливыми опасениями клиента – оправдаются ли его ожидания. Франчайзинг эти сомнения устраняет.

По мнению Андрея Кривоноса, главы директората Ассоциации франчайзинга Украины, франчайзинговые сети стоит развивать в посткризисный период. Сегодня это один из самых главных вопросов. Априори кризис – время старта новых идей, когда те, кто творчески и активно мыслит, могут что-то найти: франчайзи – купить правильную, интересную франшизу, которая позволит ему преуспеть, франчайзер – новую нишу для своего бизнеса [2].

И франчайзер и франчайзи должны помнить: наступило постиндустриальное общество, когда уже недостаточно производить только много металла. Нужно правильно продавать и правильно «достучаться» до своего клиента, понять его запросы. Многие события, происходящие в глобальном мире, влияют на организацию бизнеса. Вокруг чемпионатов мира по футболу, Олимпийских игр, других мероприятий международного масштаба возникает мощная инфраструктура развлечений, где огромное значение приобретают франчайзинговые сети, типовое обслуживание клиентов.

Франчайзинг можно эффективно использовать для создания современной инфраструктуры потребительского рынка, здравоохранения и образования в рамках Единого экономического пространства Евразийского экономического сообщества (ЕврАзЭС). Так

по словам Алексея Лихачева, заместителя министра экономического развития Российской Федерации, министерство («экономическое крыло» правительства) считает франчайзинг эффективным инструментом развития малого и среднего бизнеса. Полтора года назад, когда состоялась первая встреча представителей министерства и Российской ассоциации франчайзинга, они воспринимали эту форму бизнеса как антикризисную меру. И не ошиблись: реальная «выживаемость» проектов в рамках франчайзинга в разы превысила жизненную силу обычных стартапов. За это время число участников франчайзинговых операций увеличилось вдвое. Таким образом, для этапа посткризисного развития и преодоления рецессии в некоторых отраслях данная форма предпринимательства действительно стала антикризисной мерой.

В настоящее время министерству предстоит решить ряд вопросов, связанных с развитием конкуренции, повышением конкурентоспособности отечественной продукции, насыщением российского рынка товарами и услугами. Здесь важным моментом может стать интенсивный приход крупных франчайзинговых компаний в регионы. Не секрет, что российские регионы различаются уровнем развития экономики, здравоохранения, образования. Появление крупных компаний с их опытом, передовыми технологиями, несомненно, будет способствовать росту малых и средних предприятий, повышению качества образовательных процессов и услуг здравоохранения, развитию экономики данных регионов в целом.

С 1 января 2010 года экономика существенно изменилась: интеграционные процессы на постсоветском пространстве стали реальностью. Сегодня Таможенный союз стал единой территорией с общим внешним контуром на наднациональном уровне. Передача полномочий в сфере таможенно-тарифного регулирования Комиссии Таможенного союза и подписание 17 соглашений Единого экономического пространства – это принципиально новая организация российской экономики. Три страны – Россия, Белоруссия, Казахстан – создали единую нормативную базу: первый шаг к свободному перемещению не только товаров, но и услуг, капиталов, рабочей силы, интеллектуальной собственности. В этой связи увеличивается значение франчайзинга – как на территории Единого экономического пространства, так и в расширенных рамках ЕврАзЭС.

В настоящее время подписано соглашение о свободной торговле стран – членов СНГ. Это создаст благоприятные условия и для развития франчайзинга, для тех, кто дает франшизу и кто ее получает.

Подводя итог, отметим, что франчайзинг сегодня находится на переднем крае организации бизнеса, предпринимательской активности, поэтому Министерство экономического развития РФ крайне заинтересовано в совместной работе с Российской ассоциацией франчайзинга, ведущими мировыми франчайзерами.

Для успешного развития франчайзинговой формы бизнеса необходимо: эффективное взаимодействие с правительством, совершенствование норм делового поведения и условий для ведения предпринимательской деятельности, совершенствование законодательства, регулирующего франчайзинговые операции, повышение качества финансовых инструментов для упрощения процесса финансирования.

Однако существуют проблемы, связанные с внедрением современных, более эффективных рычагов поддержки малого и среднего бизнеса. Должны создаваться реальные программы, ориентированные на их индикативные точки: рост числа рабочих мест, собираемость налогов, активность предпринимательских кругов в тех регионах и по тем направлениям, которые будут приняты в качестве ключевых.

Франчайзинговые взаимоотношения развиваются активно. Во главу должна быть поставлена задача, над которой работает Министерство экономического развития Российской Федерации, – создание действительно единого рынка товаров, услуг, интеллектуальной собственности и финансов в среднесрочной и долгосрочной перспективе на том пространстве, которое принято называть постсоветским.

Литература

1. Информационная брошюра Российской Ассоциации Франчайзинга (РАФ) [Электронный ресурс] // Официальный сайт РАФ – Ресурс доступа: http://ru.rusfranch.ru/press_center/information_products/information_brochure.php (дата обращения: 07.02.2012)

2. Материалы сессии Петербургского Международного Экономического Форума (ПМЭФ) 2011 г. [Электронный ресурс] // Официальный сайт ПМЭФ – Ресурс доступа: http://www.forumspb.com/upload/summary/summary_212_ru.pdf (дата обращения: 01.02.2012)

3. Сойак, Е.В. Развитие франчайзинга в регионах РФ как один из способов инновационно-реформирования и интеграционной поддержки малого бизнеса [Электронный ресурс] // Портал о партнерском бизнесе и франчайзинге BUYBRAND INFORM 2011 – Ресурс доступа: http://www.buybrand.ru/articles/?ELEMENT_ID=1198&PAGEN_1=9 (дата обращения: 09.02.2012)

РЕГИОНАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ РОССИИ ПОСЛЕ ВСТУПЛЕНИЯ В ВТО

*А.А. Шляхетко
г. Санкт-Петербург, Россия*

Россия стремилась вступить в ВТО последние лет десять. Данная позиция вполне объяснима: проще открыть границы, нежели адаптировать ту или иную отрасль, налаживая новые каналы поставки сырья, заниматься подбором квалифицированного персонала, проводить его обучение, регулярно обновлять производственные мощности. На данном этапе такое положение вещей привело к следующим последствиям:

1. Россия зависит от импорта на 56%, с точки зрения национальной безопасности он не должен превышать 27%.

2. Ярко выраженная территориальная асимметрия. За последние 20 лет наблюдается рост численности населения в крупных городах, особенно в Санкт-Петербурге и Москве, за счет внутренней миграции населения т.к. в других регионах работы попросту нет. Соответственно, по закону рынка увеличивается и стоимость жилья. Жителю крупного мегаполиса необходимо зарабатывать минимум 100 000 руб. в месяц, чтобы вступить в ипотеку, в то время как в других регионах уровень зарплаты не превышает и 20 000 руб. в месяц.

После вступления в ВТО, ряд отечественных отраслей окажутся не конкурентоспособными в ценовой политике т.к. большая часть мирового производства сосредоточена в Китае, где рабочая сила в 35 раз дешевле, чем в Европе. Данный факт выглядит удручающим, учитывая надвигающуюся волну очередного кризиса. Если вспомнить кризис 2008 года, когда дотации со стороны правительства в первую очередь получали рентабельные отрасли. В ближайшем будущем такая же схема вряд ли повторится т.к. с точки зрения рыночных законов не будет смысла датировать завод по производству лампочек, гвоздей, молотков и т.д. по причине импорта аналогичного товара из-за границы, который будет к тому же на порядок дешевле. Но не исключен вариант роста других отраслей, таких как тяжелый металлопрокат. Для российского производителя откроет свой внутренний рынок США.

Сейчас в России 70 млн. экономически активного населения, 20 млн. работают в госсекторе. Не исключено, что при стагнации некоторых заводов, резко подскочит безработица в ряде регионов. Единственное условие, при котором удастся избежать социальных напряжений-это краткосрочный перевод рабочих в отрасли, которые будут переживать подъем за счет дополнительных внешних рынков сбыта готовой продукции. Для этого необходимо создать курсы переподготовки рабочих, обеспечить их жильем на новых рабочих местах.

Так же стоит упомянуть о рабочей силе, которой все пренебрегают, это труд заключенных. В России прожиточный минимум составляет 4800 руб./мес., в то время как на содержание одного заключенного государство тратит 6500 руб./мес., и таких 10 млн. человек. Если грамотно задействовать данную рабочую силу к примеру в лесопромышленном комплексе, то, не исключено, что конечный продукт будет конкурентоспособным с позиции ценообразования как на внутреннем так и внешнем рынке.

Ниже представлена таблица, отражающая состояние отраслей после вступления России в ВТО.