

УДК 338.5

Э.В.Иванова, О.В.Захарова (5 курс, каф. МБ) О.В.Миролюбова, асс.

## ОСОБЕННОСТИ ФРАНЧАЙЗИНГА В РОССИИ

При анализе деятельности предприятий, применяющих франчайзинг для развития бизнеса, в первую очередь следует учитывать, что мировой опыт применения франчайзинга насчитывает более 100 лет, в России же он только начинает свое развитие. Начало использования франчайзинга было обусловлено становлением на российском рынке цивилизованных отношений, что требовало применения новых методов ведения бизнеса.

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. К сожалению, первое предприятие, сделавшее попытку применить франчайзинг на российском рынке, потерпело фиаско.

Активное развитие данной формы ведения бизнеса началось лишь около пяти лет назад.

На сегодняшний день франчайзинг активно внедряется в отечественную экономику, но до сих пор в российском законодательстве отсутствует стандартизированный термин «франчайзинг», что создает преграды для развития признанной во всем мире бизнес-технологии.

Франчайзинг – система контрактных отношений, при которых одна сторона – франчайзер на определенных условиях предоставляет право другой стороне – франчайзи – использовать свое имя, технологию и (или) ноу-хау для ведения своего дела при сохранении полной юридической и экономической самостоятельности.

На основании изученных материалов установлено, что система франчайзинга эффективна и дееспособна потому, что выгодна как крупному предприятию, так и мелкому.

Основным преимуществом, которое приобретают франчайзеры (правообладатели) при вступлении во франшизную систему, является возможность создания единой сети предприятий с относительно низкими издержками по сравнению с расширением собственной производственно-сбытовой сети, т.е. франчайзинг дает возможность франчайзеру (правообладателю) сократить инвестиционный и снизить финансовые риски.

Определенный экономический выигрыш приобретают и потенциальные франчайзи (малые предприятия) – это возможность на более выгодных условиях открыть собственное дело: франчайзи получает возможность снизить первоначальные издержки, использовать маркетинг франчайзера и услуги его рекламной службы, получать от него постоянную поддержку.

Наряду с преимуществами, которые получают оба субъекта франчайзинга, данная форма ведения бизнеса имеет и недостатки, которые возникают в процессе взаимодействия сторон. Франчайзер и франчайзи, заключив договор, становятся элементами единой франчайзинговой системы, т.е. оказываются зависимыми друг от друга.

Отметим, однако, что любая индивидуальная франшизная система имеет свои достоинства и недостатки и требует проведения анализа в конкретной сложившейся ситуации. Несмотря на недолгий срок применения франчайзинга на отечественном рынке товаров и услуг существуют как позитивные, так и негативные примеры развития бизнеса посредством франчайзинга.

Первая российская франчайзинговая фирма возникла в 1990 году в Тольятти. Непосредственно франчайзингом «Дока» занялась с 1993 г., став членом международной

франчайзинговой ассоциации. Сейчас уже успешно действуют также франчайзинговые сети российских фирм, как "Русское бистро", "Русская трапеза" и "Золотой цыпленок" (быстрое питание); "Синий кристалл" (прачечные); "Хлебное дело"; "Партнер" (детское питание); "1 С" (программные продукты); "Модный трикотаж" (розничная торговля).