

УДК 338

АНАЛИЗ СУЩЕСТВУЮЩИХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ОТКРЫТИЯ БИЗНЕСА ПО ФРАНШИЗЕ

Леонов С.А.

*к.э.н., доцент кафедры экономической теории
ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет
промышленных технологий и дизайна»
г. Санкт-Петербург, Россия*

Аннотация

Содержание статьи раскрывает теоретические и практические аспекты организации собственного бизнеса с помощью франшизы. Особое внимание автор обращает на преимущества и недостатки, которые могут возникнуть при открытии собственного дела по франшизе. Рассматриваются особенности ведения бизнеса по франшизе в отдельных сферах, как с учетом масштабов бизнеса, так и с учетом возможных ограничений.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, франшиза, бизнес.

ANALYSIS OF EXISTING OPPORTUNITIES TO OPEN A FRANCHISE BUSINESS

Leonov S.A.

*candidate of economic sciences, associate Professor of the department of economic
theory
FSBEI HE «Saint Petersburg State University
of Industrial Technologies and Design»
St. Petersburg, Russia*

Annotation

The content of the article reveals theoretical and practical aspects of organizing your own business with the help of a franchise. The author pays special attention to the advantages and disadvantages that may arise when opening your own franchise business. The article considers the peculiarities of doing business with a franchise in certain areas, both taking into account the scale of the business and taking into account possible restrictions.

Keywords: franchising, franchisor, franchisee, franchise, business.

Подавляющее большинство потенциальных предпринимателей, как правило, стоят перед выбором, генерировать собственную бизнес-идею с

материализацией в виде бизнес-плана и последующей его практической реализацией или воспользоваться каким-либо готовым решением. Под готовым решением обычно понимают открытие собственного бизнеса под брендом известной компании, то есть ведение бизнеса по франшизе.

Под франшизой понимается комплекс основных бизнес-характеристик (бренд, бизнес-концепция, технологии, стандарты качества и т.п.), которые могут быть переданы от продавца франшизы (владельца бренда) – франчайзера ее покупателю – франчайзи в рамках заключения соответствующего соглашения. В общем смысле термин «франчайзинг» – это долгосрочное сотрудничество между франчайзером и франчайзи, которое начинается с переговорного процесса, определения условий сотрудничества и продолжается в рамках подписания договора франчайзинга (коммерческой концессии) с одновременной передачей прав на использование основных бизнес-характеристик организации-франчайзера. Стоимость франшизы складывается, как правило, из двух элементов, это паушальный взнос – единовременная плата за передаваемый бренд/товарный знак (вывеску) и роялти – ежемесячные платежи от оборота или чистой прибыли в процентах, как взнос за текущую поддержку информационных систем, технологических процессов, рекламных кампаний и пр [1, 2].

Рассмотрим основные достоинства и недостатки открытия бизнеса по франшизе. В качестве достоинств можно отметить:

- франчайзи передается готовый бизнес-план, адаптированный под конкретную бизнес-единицу;
- предоставляется возможность под вывеской известной организации, как правило, в рамках единой сети;
- сетевые франшизы подразумевают помощь в управлении кадровыми ресурсами (подбор, распределение, обучение и т.п.);

- подключение к системе корпоративной рекламы (реклама всей сети в СМИ, на сайте организации, усиление трафика на конкретные бизнес-единицы);
- работа с заранее определенными поставщиками по фиксированным ценам;
- организация бизнес-процесов по стандартам качества организации-франчайзера;
- распределение заказов в партнерской сети посредством единого колл-центра и корпоративного сайта в сети «Интернет».

Наряду с очевидными плюсами сотрудничества с организацией - франчайзером, следует отметить следующие недостатки:

- единый пул поставщиков и установленные цены на продукцию или услуги всей сети, что не дает возможности скорректировать себестоимость и потенциальную прибыль;
- возможные установленные целевые показатели по закупкам;
- штрафные санкции за несоблюдение стандартов качества производства или обслуживания;
- начисление роялти в процентах не от прибыли, а от оборота (если у предпринимателя будет убыток, то, несмотря на это, выплачивать роялти все равно будет необходимо);
- в случае расторжения договора предусмотрен возврат всей интеллектуальной собственности и коммерческой информации, переданной франчайзи при заключении договора.

В целом, покупка франшизы воспринимается потенциальными предпринимателями в качестве быстрого и доступного инструмента по достижению идеи – скорейшее открытие собственного дела без долгой проработки предпринимательского замысла и оформления его в виде бизнес-

плана [3, 4]. Следует отметить, что приобретение франшизы доступно практически в любой сфере бизнеса:

- производственная сфера (возможно производство любой продукции по передаваемым технологиям, что сопряжено со значительными инвестициями в развитие производства в целом и его мощностей в частности);
- товарная сфера (доступна продажа товаров организации - франчайзера в собственном магазине под брендом партнера);
- сервисная сфера (наиболее распространенная сфера открытия бизнеса по франшизе, так как она характеризуется относительно низким порогом вложений для входа на рынок, а сама сфера подразумевает бизнес по оказанию широкого спектра услуг – медицина, образование, питание, спорт, техническое обслуживание и т.д.).

Оценивая собственные возможности по открытию бизнеса по франшизе, стоит принимать во внимание не только сферу бизнеса, но и потенциально возможный объем инвестиций, а также особые условия организаций - франчайзеров. Например, если региональные компании - франчайзеры в сфере общественного питания предоставляют возможность приобретения одной франшизы, осуществляют помощь в подборе, отделке и оснащении помещений по корпоративным стандартам, то крупные международные сети быстрого питания предпочитают продавать франшизу сразу на несколько ресторанов (5-10 единиц), а также обязывают размещать ресторан в заранее определенной локации на условиях аренды компании - франчайзера. Естественно, что порог входа в бизнес в первом и втором случае будет кратно отличаться. Совокупные затраты на открытие бизнеса в первом случае могут достигать от одного до нескольких миллионов рублей, а во втором более ста миллионов рублей на один ресторан.

Отдельно следует сказать об особенностях открытия бизнеса по франшизе в лицензируемых сферах экономики (медицина, образование и др.), в таких случаях возможны варианты, когда организация - франчайзер оказывает поддержку в получении такой лицензии и это будет сопряжено с дополнительными затратами франчайзи, а также случаи, когда организация - франчайзер не осуществляет подобную поддержку, в таком случае у франчайзи возникают дополнительные организационные сложности и финансовые риски [5, 6].

Следует заключить, что открытие бизнеса с помощью франшизы может несколько упростить процесс создания собственного дела, сняв нагрузку предпринимателя на разработку собственной бизнес-идеи, оформления бизнес-плана, подбора локации, оснащения и пр., тем не менее, это не снимает с предпринимателя ответственности за успешность оперативного управления конкретной бизнес-единицей. Окончательное решение о заключении договора франчайзинга остается за предпринимателем, который должен оценить все достоинства и недостатки подобного сотрудничества в рамках конкретного региона, отрасли, масштабов потенциального бизнеса, текущих и прогнозируемых экономических условий.

Библиографический список:

1. Покупка франшизы: плюсы, минусы, ошибки и риски [Электронный источник]: Режим доступа – <https://grizli.club/biznes-idei/na-domu/pokupka-franshizy-plyusy-minusy-oshibki-i-riski/> (Дата обращения 28.02.2021г.)
2. Открыть бизнес по франшизе новичку [Электронный источник]: Режим доступа – <https://blog.burocrat.ru/pokupka-franshizy/49-stoit-li-pokupat-franshizy-novichku.html> (Дата обращения 28.02.2021г.)
3. Леонов С.А. Принципы эффективной разработки бизнес-плана // Дневник науки. 2020. №12 [Электронный ресурс]. URL:

<http://www.dnevniknauki.ru/images/publications/2020/12/economy/Leonov.pdf> (Дата обращения 07.01.2021).

4. Грабоздин, Ю.П., Фоменко, Е.В., Иванов, М.Ю. Внешние эффекты при производстве услуг социальной сферы [Текст] / Ю.П. Грабоздин, Е.В. Фоменко, М.Ю. Иванов // Экономика и предпринимательство. 2016. № 2-1 (67). С. 111-116.

5. Грабоздин, Ю.П., Гуреева, Е.Г., Кадиленко, А.Н. и др. Анализ развития рынка консультационных услуг на современном этапе развития национальной экономики [Текст] / Ю.П. Грабоздин, Е.Г. Гуреева, А.Н. Кадиленко и др. // Экономика и предпринимательство. 2018. № 10 (99). С. 836-840.

6. Shatalova T.N., Chebykina M.V., Zhirnova T.V., Korobejnikova E.V., Bobkova E.Y. Innovative properties of the business raw materials potential formation and operation // International Journal of Applied Business and Economic Research. 2017. Т. 15. № 11. С. 29-39.

Оригинальность 86%