

Секция «Государственное управление экономическим развитием в условиях перехода к новому технологическому и мирохозяйственному укладу»

## **Франчайзинг как перспективное направление развития бизнеса и деловых отношений в России**

**Научный руководитель – Сидорова Александра Александровна**

***Калашиников Никита Андреевич***

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Факультет государственного управления, Кафедра теории и методологии государственного и муниципального управления, Москва, Россия

*E-mail: kalashnikovna@sra.msu.ru*

В условиях перехода к новому технологическому и мирохозяйственному укладу современная экономика сталкивается с такими тенденциями, как интенсификация научно-технического прогресса, повышение спроса на инновации, расширение масштабов глобализации, обострение конкуренции при одновременном росте межфирменной кооперации, возрастание значения нематериальных активов и интеллектуального капитала. Все это заставляет компании осуществлять поиск прогрессивных форм организации бизнеса, позволяющих им своевременно адаптироваться к изменяющимся условиям внешней среды и эффективно использовать внутренние ресурсы, а также успешно налаживать взаимовыгодные отношения с другими хозяйствующими субъектами. Одной из таких форм, широко применяемой на практике, выступает франчайзинг.

В общем виде франчайзинг можно охарактеризовать как систему отношений, которая предполагает предоставление одной стороной (обычно называемой франчайзером) другой стороне (обычной называемой франчайзи) возможности использования готовой бизнес-модели, технологий, ноу-хау и сопутствующих исключительных прав за определенную денежную плату. При этом франчайзер сохраняет за собой право контроля за деятельностью франчайзи, а также несет обязанность оказания последнему всесторонней помощи и поддержки. Перечисленные характеристики представляют собой наиболее общие признаки франчайзинга. Конкретная же конфигурация отношений франчайзера и франчайзи может быть различной и определяется выбранным видом франчайзинга. Существует большое множество таких видов, что обеспечивает возможности для широкого применения рассматриваемой системы организации бизнеса в самых разных сферах деятельности. В настоящее время подобных сфер насчитывается более 80, и число их продолжает расти[5].

Франчайзинг возник во второй половине XIX в. и в течение последующих 100 лет произвел настоящую «бизнес-революцию» в целом ряде стран мира, прежде всего в США. За это время он занял прочное место в мировой экономике и сейчас играет в ней крайне важную роль. Так, объемы продаж 200 крупнейших франчайзинговых сетей в 2014 г. составили почти 600 млрд долларов[6]. В некоторых странах значение франчайзинга особенно велико; например, в США франчайзинг ежегодно генерирует около 13% ВВП и обеспечивает прямую занятость более 9 млн человек[7]. Следует отметить и растущую популярность данной формы организации бизнеса в России, проявляющуюся в увеличении числа франшиз, все более активном использовании франчайзинга российскими компаниями и расширении географии отечественных франчайзинговых сетей[1]. В 2015-2016 гг. темпы роста российского рынка франчайзинга сохранялись на уровне 15%, превышая аналогичные показатели многих иностранных государств[2]. И исследователи соглашались с тем, что перспективы рассматриваемой формы организации бизнеса как за рубежом,

так и в России являются крайне благоприятными. Тем не менее развитие франчайзинга в будущем будет сопряжено с целым рядом проблем. В нашей стране к их числу можно отнести экономическую нестабильность, административные барьеры, неуважение к интеллектуальной собственности, нехватку профессиональных кадров, психологическую неготовность многих предпринимателей вступать во франчайзинговые отношения[3].

Успешное разрешение данных проблем невозможно без налаживания эффективного государственного регулирования соответствующих отношений. В настоящее время во многих зарубежных странах осуществляется комплексная политика государства в сфере франчайзинга, направленная на обеспечение «здоровой среды» для функционирования рассматриваемой формы организации бизнеса, а также на стимулирование деловой активности франчайзеров и франчайзи. В России же система государственного регулирования франчайзинговых отношений только начинает развиваться. Поэтому в настоящее время необходимым становится совершенствование государственной политики в сфере франчайзинга. Это понимают не только представители бизнес-сообщества, но и государство, о чем свидетельствует упоминание рассматриваемой формы организации бизнеса в современных российских стратегических документах[4]. Ключевыми направлениями повышения эффективности системы государственного регулирования франчайзинга в РФ представляются улучшение действующего законодательства, развитие механизмов государственной поддержки франчайзинга, переход к программному подходу в данной сфере.

Разработка и реализация в России комплексной государственной политики в области франчайзинга имеет крайне важное значение. Она не только создаст условия для распространения рассматриваемой формы организации деловых отношений и успешности деятельности использующих ее фирм, но и в конечном счете приведет к множеству положительных социально-экономических эффектов: развитию малого и среднего бизнеса, повышению конкурентоспособности отдельных предприятий и экономики в целом, росту занятости и ВВП, улучшению деловой культуры, укреплению связей между регионами[3].

Таким образом, франчайзинг представляет собой прогрессивную форму организации бизнеса и деловых отношений. В настоящее время он широко применяется в десятках стран мира во множестве сфер коммерческой деятельности и играет важную роль в мировой экономике. Кроме того, благоприятным является и современное состояние рассматриваемой системы организации деловых отношений в России. Однако для обеспечения успешного долгосрочного развития франчайзинга и максимизации его положительных эффектов для заинтересованных сторон и общества в целом большое значение имеет разработка и реализация разумной государственной политики в данной сфере.

### Источники и литература

- 1) Каленская Н.В., Курбанова А.С. Франчайзинг как особый вид предпринимательской деятельности // Казанский экономический вестник. 2016. No. 2. С. 36-39
- 2) Корпорация МСП. Официальный сайт: <http://corpmsp.ru/>
- 3) Малькова И.В. Франчайзинговые соглашения и их роль в обеспечении конкурентоспособности участников // Современная конкуренция. 2007. No. 4. С. 80-90
- 4) Панюкова В.В. Уверенные шаги франчайзинга в России // Предпринимательство и право, 2012.
- 5) Скотт А.Ш. От мороженого к Интернету / Пер. с англ. О. Теплых. «Баланс Бизнес Букс», 2006.
- 6) Franchise Times Top 200+: <http://www.franchisetimes.com/Resources/Top-200/>

7) International Franchise Association: <http://franchise.org/>