

Министерство образования Республики Беларусь

Учреждение образования

Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники

УДК 005.591.43(476)

Екименко

Екатерина Николаевна

**ФРАНЧАЙЗИНГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ КАК РАЗВИТАЯ ФОРМА
ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ**

АВТОРЕФЕРАТ

на соискание степени магистра экономических наук

по специальности 1-25 80 04 «Экономика и управление народным
хозяйством»

Научный руководитель

Палицын Василий Александрович

кандидат экономических наук, доцент

Минск 2017

ВВЕДЕНИЕ

Изменяющееся восприятие ценности здоровья и качество жизни, растущая потребность граждан в свободном времени, – общемировые тенденции – открывают дополнительные возможности для розничной торговли и сферы услуг общественного питания, в которых нуждаются эти отрасли именно сейчас. Целесообразно применение франчайзинга при организации бизнеса, в том числе и в сфере маркетинга при продвижении брендов потребительских товаров. В современных условиях франчайзинг является одним из доступных средств развития бизнеса, перспективной формой предпринимательского сотрудничества, моделью развития бизнеса в условиях экономических санкций, ограничивающих свободный доступ к долгосрочным кредитам. А это требует проработки и организации исследований, касающихся восприятия франшизы и методов оценки эффективности ее использования. Актуальность выбранного направления исследования определяется, с одной стороны, растущей долей отраслевых бизнесов, развивающихся с помощью маркетинговых инструментов лицензирования, а с другой активным процессом диверсификации маркетинговых функций и высоким качеством их выполнения.

На сегодняшний день, предлагается ограниченное количество методик оценки эффективности бизнеса с нематериальными активами, например с точки зрения ценности атрибутов брендов для возможных франчайзи. Однако предлагаемые методики для оценки нематериальных активов с помощью франшиз предприятий – брендладельцев отличаются сложностью, иногда недостаточно обоснованными, в основном, исключая возможность проведения самооценки стоимости франшизы франчайзером. Что ведет к искусственному ограничению предложений на рынке купли-продажи франшиз и тем самым к ограничениям развития малого предпринимательства. И не создается знания для комплексной оценки стоимости франшизы компании.

Поэтому основная цель исследования – разработать комплексную методику оценки стоимости франшизы товарных брендов, разработать предложение по продвижению франшиз в РБ.

Объектом исследования выступают розничные торговые предприятия общественного питания и сферы услуг, использующие стратегию продвижения франшиз товарных брендов.

Предметом исследования являются теоретические, концептуальные и методические положения по использованию в качестве средства масштабирования бизнеса франчайзинг.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические и методологические аспекты франчайзинга;
- раскрыть сущность процесса применения франшизы;
- проанализировать рынок франшиз как отечественный, так и зарубежный;
- проанализировать нормативно-правовую базу, регулирующую франчайзинг;
- сформулировать методические принципы подходов к формированию и оценки стоимости франшизы товарных брендов;
- выявить и классифицировать параметры, характеризующие стоимость франшизы в системе продвижения товаров и услуг;
- разработать комплексную методику оценки стоимости франшиз товарных брендов для предприятий розничной торговли и сферы услуг. Рассмотреть на примере компании ООО «Суши Весла»;
- решить проблему неосведомлённости граждан о вопросах франчайзинга, посредством создания информационного портала;
- разработать предложения по совершенствованию законодательной базы регулирующей отношения в сфере франчайзинга.

Поставленная цель и задачи исследования определили необходимость рассмотрения понятия франчайзинг, анализ его достоинств и недостатков применения в рамках Республики Беларусь, методов оценки стоимости франшиз, анализа рынка франшиз на территории РБ в сравнении с зарубежным, анализ нормативно-правовой базы регулирующей отношения в сфере франчайзинга.

Теоретическими и методологическими основами исследования являются труды отечественных и зарубежных ученых-экономистов в области нематериальных активов (Р.Рейли, Р.Швайса, П.Дойля, Г.И.Хотинской², М.В.Лашиной), брендинга (Д.Аакера, Т.Амблера, С.А.Старова, Г.Л.Багиева, П.Дойля), маркетинга розничной торговли и сферы услуг (Б.Бермана, В.Н.Наумова, Т.Н.Парамоновой и др.), управления стоимостью бренда (А.А.Бравермана, Г.Л.Багиева, Ю.А.Бичун), в области исследований комплекса франчайзинга (О.Н.Аборваловой, Я.Адамса, Д.Г.Алгазиной, Е.С.Аредаковой, Ф.Бессиса, Ж.Дельтея, П.Кесслера, В.В.Панюковой, А.В.Никифорова, С.В.Никифоровой, М.Н.Чепурина), в области оценки потребительской ценности (О.У. Юлдашевой) и экономической целесообразности обеспечения устойчивого развития предприятий малого бизнеса на основе франчайзинга в

области методологии оценки нематериальных активов на основе математического моделирования (Л.А.Еникеевой, Г.И.Хотинской и др.).

В процессе исследования применялись, методы анализа и синтеза, метод индукции и дедукции, системный подход, многофакторный анализ, метод выявления скрытых закономерностей (DataMining). При разработке теоретических разделов исследования использованы положения маркетинга взаимодействия, экономической теории, теории использования ресурсов, теории моделирования, теории рационального выбора. При решении прикладных задач в исследовании использовались методы экспертных оценок, метод парных сравнений, моделирования, математической статистики. Информационную базу теоретического исследования составили публикации зарубежных и отечественных ученых в виде монографий, книг, статей, научных материалов общероссийских и международных конференций.

Экспериментальное исследование проводилось методами опросов аналитиков и экспертов, с помощью анкетирования и обработки результатов опроса экономико-статистическими методами. По теме исследования авторами собраны и обобщены теоретический и практический материалы, проанализированы практические разработки по различным направлениям, связанным с франчайзингом. Достоверность результатов обеспечивается проведением эмпирических исследований на основе корректного использования методов кабинетных исследований и первичного сбора и обработки данных, применением методов парных сравнений, моделирования и экспертных оценок, апробацией результатов исследования на международных конференциях и в практике деятельности розничных предприятий.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Связь работы с научными исследованиями университета.

Отдельные положения диссертации были использованы при разработке научно-исследовательских тем ГОСО РК 315-2015 Магистратура, "маркетинг", (город Киев, 2015), ГОСО РК 5.04.033-2008 Послевузовское образование – Магистратура (город Киев, 2016), СМК СТУ 4.17-2011 "Организация итоговой аттестации в магистратуре ЖГТУ", а также Государственные законы и Гражданский Кодекс.

Цель и задачи исследования.

Разработать комплексную методику оценки стоимости франшизы товарных брендов, разработать предложение по продвижению франшиз в РБ.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- рассмотреть теоретические и методологические аспекты франчайзинга;
- раскрыть сущность процесса применения франшизы;
- проанализировать рынок франшиз как отечественный, так и зарубежный;
- проанализировать нормативно-правовую базу, регулиующую франчайзинг;
- сформулировать методические принципы подходов к формированию и оценки стоимости франшизы товарных брендов;
- выявить и классифицировать параметры, характеризующие стоимость франшизы в системе продвижения товаров и услуг;
- разработать комплексную методику оценки стоимости франшиз товарных брендов для предприятий розничной торговли и сферы услуг. Рассмотреть на примере компании ООО «Суши Весла»;
- решить проблему неосведомлённости граждан о вопросах франчайзинга, посредством создания информационного портала;
- разработать предложения по совершенствованию законодательной базы регулирующей отношения в сфере франчайзинга.

Научная новизна диссертационного исследования состоит в развитии теоретических основ франчайзинга (анализ методов оценки стоимости франшизы, анализ нормативно-правовой базы регулирующей отношения франчайзинга в РБ, проведен анализ франчайзинга на территории РБ в сравнении с зарубежными странами, анализ достоинств и недостатков применения франчайзинга в РБ, в рамках которого предложено изменение законодательной базы, разработка информационного портала) и совершенствовании методических подходов к оценке стоимости франшизы (разработан алгоритм оценки стоимости франшизы, в соответствии с алгоритмом разработана методика оценки стоимости франшизы, в рамках методики оценки франшизы разработаны критерии для оценки возможности продажи франшизы), что обеспечит повышение эффективности франчайзинговой деятельности в Республики Беларусь.

Положения, выносимые на защиту.

- 1) Предложено совершенствование законодательной базы Республики Беларусь в сфере франчайзинга.
- 2) Разработан алгоритм комплексной оценки франшизы; разработана и рассмотрена на примере комплексная методика оценки стоимости франшизы; в

рамках комплексной методики оценки стоимости франшизы разработан контрольный лист готовности к масштабированию.

3) Проблему неосведомленности граждан о франчайзинге принято решать созданием портала, где буду размещать информацию как потенциальные франчайзеры, так и франчайзи.

Апробация результатов диссертации.

Основные положения диссертации были доложены на 53-й научной конференции аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР, 2017.

Опубликованность результатов исследования. По теме диссертации опубликовано 2 научных работы: тезисы 53-й научной конференции аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР, 2017; тезисы международной научно-практической конференции обучающихся: «Актуальные проблемы экономики и управления: теория и практика»:

1. Развитие франчайзинга в Республике Беларусь.

2. Франчайзинг как особая форма организации и функционирования бизнеса.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав, заключения, библиографического списка. Работа изложена на 105 страницах.

Магистерская диссертация выполнена самостоятельно, проверена в системе «Антиплагиат». Процент оригинальности соответствует норме не менее 70%, установленной кафедрой экономики. Цитирования обозначены ссылками на публикации, указанные в «Библиографическом списке».

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

В первой главе **«Франчайзинг как особая форма организации и функционирования бизнеса»** рассмотрены понятие, история возникновения и развития франчайзинга, основные классификации, преимущества и проблемы развития в РБ, особенности маркетинга франчайзинговых сетей, методы оценки стоимости франшизы.

Во второй главе **«Особенности и перспективы развития франчайзинга в Республике Беларусь»** проанализирована нормотивно-правовая база, регулирующая франчайзинг в Республике Беларусь, рассмотрены направления научной деятельности по франчайзингу в РБ, проведён анализ рынка франшиз на территории РБ, проанализирована деятельность компании ООО «Суши Весла», на примере, которой в третьей главе рассматривались предложения. Из анализа можно сделать вывод о том,

что существуют проблемы развития франчайзинга в РБ, одна из основных это непонимание населения темы франчайзинга, несовершенство нормотивно-правовой базы.

В третьей главе **«Разработка предложений по системе продвижения франшиз»** предложено внести коррективы в нормотивно-правовую базу, которая регулирует франчайзинговые отношения, разработан алгоритм оценки стоимости франшизы, на основании алгоритма создана методика оценки стоимости франшизы, в рамках методики разработаны критерии оценки целесообразности масштабируемости бизнеса по средствам продажи франшизы, предложение по разработке информационного портала, для повышение понимания темы франчайзинга и улучшении коммуникаций франчайзи с франчайзи и наоборот.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В работе сделан теоретический обзор в области франчайзинга. Выявлено, что использование франчайзинга как форму предпринимательской деятельности и как инструмент масштабирования бизнеса по оценкам экспертов считается одним из самых перспективных направлений. Правильная организация мероприятий может принести неплохой эффект за довольно короткий период времени.

В работе рассмотрены вопросы развития франчайзинга, понятие и основные классификации, особенности договорного регулирования, преимущества и проблемы, особенности маркетинговой деятельности, выявлен ряд преимуществ франчайзинга перед классическим продвижением бренда.

Приведены основные методы оценки стоимости франшизы. Одним из путей решения проблемы устойчивости предпринимательской деятельности является использование франчайзинга. Мировой опыт свидетельствует, что франчайзинг - это высокоэффективная форма организации бизнеса, которая характеризуется низким уровнем риска и стабильным уровнем прибыльности. Кроме того, франчайзинг – это форма продолжительного делового сотрудничества. Объединение усилий участников отношений позволяет, с одной стороны, расширить сферу влияния крупной компании, а, с другой, помогает вовлечь в бизнес большое количество граждан и при этом достичь начинающими предпринимателями результатов, практически невозможных при условии самостоятельной работы.

Комплексный характер деловых связей, их системность и высокий уровень прозрачности обеспечивают обоюдные конкурентные преимущества

участникам франчайзинговых отношений, дают возможность более быстрого выхода на рынок с минимальным риском. Как следствие, франчайзинг становится все более популярным способом организации и продвижения бизнеса во всем мире, постепенно расширяя свое присутствие и в Беларуси.

Проанализирован рынок франшиз на территории РБ. Выявлены достоинства и недостатки.

Выявлены следующие недостатки:

- регулирование данных правоотношений множеством нормативных правовых актов;
- значительные финансовые и временные издержки на оформление франчайзинговых отношений;
- отсутствие у большей части населения страны достаточного для развития бизнеса объема накопленных денежных средств;
- недоступность внешних источников финансирования;
- отсутствие у большинства граждан четкой концепции понимания бизнеса и, как следствие, нежелание рисковать;
- недостаточно развитая система информационной поддержки предпринимателей, отсутствие доступных широким слоям общества образовательных программ о малом бизнесе;
- неосведомленность граждан о франчайзинге;
- пренебрежение к интеллектуальной собственности;
- психологическая неготовность систематически платить деньги за нематериальные активы;
- недостатки в законодательной базе;
- практика ухода от налогов и обыденность применения "теневых" операций;
- практика невыполнения обязательств между партнерами;
- излишняя бюрократическая регламентация бизнеса;
- закрытость данных о франчайзерах и франчайзи

Предложено совершенствование законодательной базы Республики Беларусь в рамках франчайзинга.

Разработан алгоритм комплексной оценки франшизы; разработана и рассмотрена на примере комплексная методика оценки стоимости франшизы; в рамках комплексной методики оценки стоимости франшизы разработан контрольный лист готовности к масштабированию.

В соответствии с разработанной методикой оценки стоимости франшизы определен экономический эффект на примере предприятия. Выявлено, что продажа франшизы анализируемой компанией – целесообразна и является

экономически эффективной. Продажа франшизы поможет повысить конкурентоспособность предприятия, как на внутреннем рынке, так и за рубежом, сделает анализируемую компанию более узнаваемой, улучшит имидж, а также будут работать на увеличение прибыли.

Проблему неосведомленности граждан о франчайзинге принято решать созданием портала, где буду размещать информацию как потенциальные франчайзеры, так и франчайзи.

СПИСОК ПУБЛИКАЦИЙ СОИСКАТЕЛЯ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

[1] Екименко, Е.Н. Развитие франчайзинга в Республике Беларусь. Тезисы 53-й научной конференции аспирантов, магистрантов и студентов БГУИР – 2017 г.

[2] Екименко, Е.Н. Франчайзинг как особая форма организации и функционирования бизнеса. Тезисы международной научно-практической конференции обучающихся: «Актуальные проблемы экономики и управления: теория и практика» - 2017 г.