

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФОРМА РАЗВИТИЯ МАЛОГО БИЗНЕСА В БЕЛАРУСИ

Франчайзинг – это смешанная форма крупного и мелкого предпринимательства, при которой крупные корпорации (франчайзеры) заключают договор с мелкими фирмами (франчайзи) на право, привилегию действовать от имени франчайзера. Франчайзи обязуется продавать продукт или услуги по заранее определенным законам и правилам ведения бизнеса, которые устанавливает франчайзер. В обмен на осуществление всех этих правил франчайзи получает разрешение использовать имя компании, ее репутацию, продукт и услуги, маркетинговые технологии и механизмы поддержки. Чтобы получить такие права, франчайзи делает первоначальный взнос франчайзеру, а затем выплачивает ежемесячные взносы.

Франчайзинг получил достаточно широкое распространение в развитых странах. Так по данным администрации малого бизнеса США годовой объем розничных продаж в сфере франчайзинга в США достигает более 40 процентов общего объема продаж и оценивается американскими экспертами в 1 трлн. долларов. На долю этой сферы в экономике Франции приходится 10 процентов всего торгового оборота, система франчайзинга включает около 60000 торговых и промышленных предприятий и несколько сотен тысяч рабочих мест. В одной из самых динамично развивающихся экономических систем мира – китайской – государство уделяет значительное внимание развитию франчайзинга. С его помощью руководство Китая пытается не только кардинально изменить систему розничной торговли, но и видит в нем источник новых рабочих мест и альтер-

нативных доходов для государственных служащих, подлежащих сокращению. Развитию франчайзинговых систем уделяют большое внимание и в Российской Федерации, при этом используются как западные бренды, так и местные. С целью популяризации и развития данного направления в России созданы и функционируют федеральная общественная организация «Российская ассоциация развития франчайзинга» и ассоциация коммерческих организаций «Российская ассоциация франчайзинга».

В основном франчайзинг применим в сфере услуг. Международная ассоциация франчайзинга выделяет 70 отраслей хозяйства, в которых можно использовать методы франчайзинга. Среди них: бухгалтерский учет, авторемонт, книжные магазины, детская одежда и обучение, строительство, небольшие продовольственные магазины, магазины косметических товаров, образование, услуги по трудоустройству, рестораны, отели, прачечные и услуги по уборке, фотостудии, риэлтерские компании, туризм и развлечение, прокат специального оборудования и пр.

В чем же причина растущей популярности франчайзинга во всем мире? Каким образом он помогает решать проблемы развития малого бизнеса?

Большинство отечественных предпринимателей, решивших открыть свой собственный бизнес, сталкивается с проблемой отсутствия опыта ведения дел в этой сфере. При возникновении каких-либо проблемных ситуаций они зачастую просто не знают к кому обратиться за консультацией. Так, малый и средний бизнес в Беларуси пока еще не является целевой группой для консалтинговых фирм, что отражается в ценовой политике последних и наборе предоставляемых ими услуг. В свою очередь, обращение в государственные органы за получением необходимой информации остается достаточно сложным процессом. В результате предприниматель зачастую остается один на один со своими проблемами. Как следствие велика вероятность ошибок, которые могут привести предприятие к банкротству. Ведь даже несущественные по меркам крупного бизнеса штрафные санкции (государственных контролирующих органов или контрагентов по сделкам) могут оказаться роковыми для малого предприятия.

Франчайзинг помогает решить вышеуказанную проблему. Предприниматель, который приобрел франшизу, автоматически входит в состав крупной сети компаний, с ее аппаратом управления и консультирования. Он получит подробные инструкции по вопросам организации и управления бизнесом, при этом не только на стадии открытия, но и в процессе дальнейшей деятельности его предприятия. В результате у предпринимателя не возникает чувство изолированности, которое характерно для людей, открывших бизнес на свой собственный риск. Франчайзер обеспечит ему полную поддержку в ведении дела по самому широкому кругу вопросов, требующих квалифицированного решения. Ведь он непосредственно заинтересован в успешном ведении бизнеса предпринимателем, как с точки зрения получения роялти от его прибыли, так и сохранения своего имиджа на рынке.

Одной из проблем развития малого бизнеса в нашей стране является отсутствие четкой концепции развития бизнеса у многих начинающих предпринимателей, что в условиях конкурентной среды существенно снижает шансы на выживание. Как правило, их новые идеи организации бизнеса недостаточно проверены в условиях рынка, вследствие этого цены и себестоимость зачастую определяются интуитивно на основе предположений, финансовый контроль часто отсутствует. Все это вызвано недостатком знаний и недоступностью для большинства предпринимателей обучающих программ в сфере малого бизнеса. Эту проблему также помогает решить франчайзинг, так как предприниматель, приобретая франчайзинговый пакет, получает:

- расписанную и разъясненную детально полную концепцию ведения бизнеса;
- торговую марку, образцы дизайна от помещений до рабочей одежды;
- отработанные и отлаженные системы учета и отчетности, финансового контроля;
- систему подготовки и обучения кадров;
- рекламную и маркетинговую поддержку.

Это позволяет предпринимателю полностью сконцентрироваться на текущих проблемах своего предприятия и не отвлекаться на вопросы продвижения товара. Следует отметить, что в данном случае предприниматель приобретает концепцию ведения бизнеса, которая доказала свою состоятельность многолетней успешной работой как крупного предприятия, так и многих малых фирм. В результате потенциальная угроза неудачи или банкротства в случае использования франчайзинга, хотя и не ликвидируется полностью, но значительно снижается. По данным администрации малого бизнеса США в течение 5 лет более 65 процентов малых предприятий по тем или иным причинам заканчивают свое существование. Для сравнения за тот же период всего 14 процентов предприятий, работающих по системе франчайзинга, были закрыты. А ведь во многом из-за страха потерей вложенных средств некоторые потенциальные предприниматели делают выбор в пользу работы по найму против открытия собственного бизнеса.

Проблемой для начинающего бизнеса является и существующая конкуренция на рынке. Однако при франчайзинге предприниматель не просто получает право на использование бренда, который доказал свою конкурентоспособность на многих рынках. Важно и то, что, как правило, он получает эксклюзивное право на использование торговой марки в рамках определенной территории.

Отдельно следует выделить ряд преимуществ, которые получает малое предприятие в связи с тем, что становится частью крупной сети (объединения). Например, это позволяет осуществлять крупномасштабные централизованные закупки, а значит рассчитывать на получение хороших скидок. Решается и проблема отношений с поставщиками. Кроме того, крупная сеть располагает большими средствами для продвижения своей марки. Сеть организывает

множество услуг полезных для каждого предприятия, входящего в ее структуру: маркетинг, обучение, информационные и юридические услуги и т.д. В результате франчайзи получает доступ к постоянным исследованиям и программам, направленным на совершенствование бизнеса, и, как результат, повышает свою способность соответствовать изменяющемуся спросу. Он получает информацию о рынке, которая в ином случае была бы для него недоступной.

Резюмируя вышесказанное, отметим, что франчайзинг помогает предпринимателю возместить недостаток опыта управления собственным производством, предлагая проверенную схему организации бизнеса и непрерывную поддержку. При этом малое предприятие, являясь частью сети, получает ряд рыночных преимуществ, доступных прежде только крупным компаниям. Данный вариант сопряжен с меньшим количеством рисков, нежели вариант открытия совершенно нового предприятия и выгоден, прежде всего, начинающим предпринимателям, которые в данном случае получают неоценимый опыт ведения бизнеса. Кроме того, он представляет интерес и для той части населения, у которой есть предпринимательский опыт и навык ведения коммерческой деятельности, но нет хорошей идеи для открытия своего бизнеса. Учитывая вышесказанное, франчайзинг может стать инструментом, побуждающим все большее количество населения начать собственное дело.

При всех преимуществах франчайзинг имеет и ряд недостатков. Прежде всего, это ограничение свободы предпринимателя со стороны франчайзера. Хотя предприниматель и является владельцем бизнеса, его свобода ограничена положениями контрактного соглашения. Наряду с преимуществами использования известной торговой марки существует риск ухудшения имиджа марки по вине других участников сети. Однако основная проблема – это необходимость внесения достаточно значительного первоначального взноса для приобретения франшизы известной торговой марки.

Как отмечалось выше, отсутствие достаточного для открытия и развития бизнеса собственного капитала и затрудненный доступ к источникам внешнего кредитования – одна из основных проблем развития малого предпринимательства в нашей стране. Как правило, из-за слишком высоких рисков банки не интересуются начинающим бизнесом. В банковской системе Беларуси сегодня кредитование франчайзинговых проектов не получило своего развития. Хотя, как показывает опыт развитых стран, данные проекты являются весьма перспективными. В вопросах получения банковских кредитов владельцы франшиз имеют определенные преимущества по сравнению с малыми предприятиями, только начинающими свой бизнес и не имеющими кредитной истории, так как представляют на рынке известные торговые марки. Как показывает практика, приобретая франшизу у лидеров рынка проще добиться благосклонности банкиров. Риск банкротства компаний-франчайзи значительно ниже, чем других молодых фирм, а, следовательно, значительно ниже и риски банков по не возврату кредитов.

Минимизации кредитных рисков способствует и достаточно жесткое планирование бизнеса франчайзинговыми компаниями, в том числе и в сфере заимствований. Зачастую франчайзер предоставляет рекомендации или определенные гарантии банкам при кредитовании ими потенциальных франчайзи. Еще на стадии переговоров о продаже франшизы франчайзер достаточно серьезно проверяет надежность потенциального партнера. Головная компания сети, рекомендуемая банку своего партнера, сама заинтересована в том, чтобы он расплатился с кредитором, так как это их общий бизнес, и в случае неудачи может пострадать ее собственный имидж. Преимуществом банковского обслуживания франчайзи является и более высокий уровень прозрачности таких заемщиков для кредиторов.

Как результат, в развитых странах для банковских учреждений кредитование франчайзинговых проектов является одним из наиболее выгодных инструментов. Банки часто даже выделяют франчайзи в отдельную целевую группу. Например, в некоторых банках Великобритании существуют департаменты франчайзинга, которые занимаются кредитованием предпринимателей, решивших приобрести франшизу хорошо зарекомендовавшего себя на рынке франчайзера. Причем объем кредитования в таких случаях может достигать 70 процентов от стоимости начальных вложений. Франчайзи вправе рассчитывать и на меньший процент по займу, чем обычный независимый предприниматель. Помимо этого, франчайзинговые департаменты банков оказывают франчайзи консалтинговые услуги: дают информацию о рынках, помогают определиться с выбором франшизы и установить контакт с ее владельцем или другими потенциальными партнерами, составить эффективный бизнес-план, подбирают клиенту наиболее подходящий вариант кредитования. Так, британский HSBC Bank бесплатно предоставляет своим заемщикам-франчайзи корпоративное программное обеспечение, помогающее в процессе разработки бизнес-плана и дальнейшем взаимодействии с кредитором.

В Российской Федерации процесс кредитования франчайзинговых проектов также набирает обороты. Например, ОАО АКБ «Пробизнесбанк» при разработке системы кредитования франчайзи использовал аналогичную программу Lloyds Bank. В частности, банк предлагает кредитовать приобретение франшизного пакета в размере до 75% от суммы необходимых инвестиций, что превышает стандартные лимиты финансирования на расширение бизнеса, устанавливаемые на основе оценки текущей деятельности. В то же время следует отметить, что кредит предоставляется только тем предпринимателям, у которых уже есть действующий бизнес на территории России, и предназначен на финансирование текущей деятельности или на открытие следующей франшизной точки.

Анализ рынка франчайзинга в Республике Беларусь показывает, что как форма предпринимательства в настоящее время он не получил существенного развития. Причиной тому послужили множество факторов. В том числе и то, что до недавнего времени отношения франчайзинга в Беларуси законодательно

были определены лишь декларативно: договор франчайзинга мог заключаться только в случаях, предусмотренных законодательством, которые фактически отсутствовали. В результате основной формой заменяющей франчайзинг в Республике Беларусь было создание иностранных и совместных предприятий. Даже такие всемирно известные франчайзеры как «McDonald's» и «Coca-Cola» не представлены на белорусском рынке по классической франчайзинговой схеме.

26 февраля 2005 года вступил в силу Закон РБ № 316-3 от 18 августа 2004 года «О внесении дополнений и изменений в Гражданский кодекс Республики Беларусь по вопросам регистрации недвижимого имущества, состава участников ассоциаций и союзов, комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинга), правового режима имущества крестьянского (фермерского) хозяйства». Этот документ детально регламентирует отношения франчайзинга, что позволяет на данный момент констатировать отсутствие проблем правового регулирования в данной сфере.

Серьезной проблемой по-прежнему остается вопрос первоначального финансирования проектов. С одной стороны, отсутствие доступной системы кредитования франчайзинга не позволяет начинающим предпринимателям рассчитывать на банковский кредит для приобретения франшизы. С другой, отсутствие предприятий, работающих по этой схеме, не вызывает особого интереса у банков в развитии систем кредитования франчайзинговых проектов. В то время как работа в данном направлении с параллельным углублением своих позиции в мировой банковской системе могла бы позволить белорусским банкам получить доступ к зарубежным кредитам, которые целенаправленно ориентированы на франчайзинг. Помочь разорвать замкнутый круг должно, прежде всего, государство, заинтересованное в развитии малого бизнеса и франчайзинга в частности. Это позволило бы:

- ускорить рыночные преобразования в экономике путем расширения предпринимательского слоя. В покупке франшизы в основном заинтересованы начинающие собственное дело предприниматели;

- обучить значительное количество предпринимателей работать по западным стандартам качества, обеспечить население страны услугами мирового качества. Ведь большинство франчайзеров обеспечивают внедрение системы менеджмента качества на предприятиях, выкупивших франшизу;

- учитывая сферу применения франчайзинга, использовать дополнительные преимущества географического положения страны, создав предприятия сферы услуг с мировыми брендами для привлечения иностранных покупателей: отели, кемпинги, рестораны, системы быстрого питания, автосервис, арендные услуги, отдых, развлечения и т.п.

Беларуси важно открыть себя для всемирно известных компаний-франчайзеров. Для решения данной задачи необходимы конкретные действия со стороны государства для создания условий для развития франчайзинга:

– совершенствование нормативно-правовой базы регулирующей отношения франчайзинга в нашей стране, привлекающей известные иностранные бренды на наш рынок;

– развитие системы целевого кредитования на приобретение франшиз малыми предпринимателями, создание системы кредитования франчайзинга с участием банков и страховых компаний;

– создание системы информационной поддержки, обучающих программ по вопросам франчайзинга;

– реклама и поддержка пилотных франчайзинговых проектов;

– создание общественных ассоциаций, занимающихся проблемами развития и продвижения франчайзинга на территории Республики Беларусь.