

УДК 338

ФРАНЧАЙЗИНГ В УЛЬЯНОВСКЕ

Малова Т.В., студентка 4 курса экономического факультета

Научный руководитель – Нуретдинова Ю.В., к.э.н., доцент ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А. Столыпина»

Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, франчайзеры, бренды

Работа посвящена такому понятию, как франчайзинг, который рассматривается на примере города Ульяновска.

Решение многих экономических проблем в РФ требует новых экономических механизмов, одним из которых является франчайзинг. Можно утверждать, что франчайзинг в настоящее время – единственный известный инструмент, позволяющий повысить эффективность малого инновационного бизнеса, поскольку дает возможность объединить достоинства малого и крупного бизнеса.

Франчайзинг – это развитая форма лицензирования, при которой одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) возмездное право действовать от своего имени, используя товарные знаки или бренды франчайзера.

Как правило, любая франчайзинговая организация обладает следующими характерными чертами:

1. франчайзер владеет торговой маркой и позволяет франчайзи пользоваться этой маркой за определенное вознаграждение (роялти);

2. франчайзи должен заплатить начальный взнос за право быть частью системы. Однако этот начальный взнос – только малая часть общей суммы, которую франчайзи должен потратить, подписывая франчайзинговый контракт. Начальные затраты включают в себя плату за аренду помещения и лизинг оборудования, а иногда и регулярную плату за лицензию;

3. франчайзер передает франчайзи свой опыт ведения маркетинговой и производственной деятельности.

Существуют разнообразные формы франчайзинга. Выбор франчайзинга зависит: от вида хозяйственной деятельности; стабильности франчайзера и его места на определенном рынке товаров и услуг; особенностей рынка местного франчайзи. Выделяют три основных вида

франчайзинга – товарный, производственный и франчайзинг бизнес-формата.

Для полного понимания видов франчайзинга необходимо произвести сравнительный анализ. Это показано в таблице 1.

Таблица 1 – Сравнительная характеристика видов франчайзинга.

Вид франчайзинга	Тип франшизы	Достоинства	Недостатки
Товарный	товар	Простота использования	Ограниченная сфера применения, узкая специализация франчайзи
Производственный	технология/ исходный компонент	высокая эффективность; простота контроля со стороны франчайзера	большие начальные затраты на приобретение франшизы; сильная зависимость от франчайзера
бизнес-формата	модель франшизного бизнеса	широчайшая сфера применения; быстрая приспособляемость к условиям рынка	иногда через мерная регламентация деятельности подавляет инициативность франчайзи

В Ульяновске первые объекты появились еще в первой половине 90-х. В числе таковых – «Баскин Робинс». Ульяновцы, с интересом заглядывали в кафе иноземного формата. Один из первых брендовых магазинов в Ульяновске – «Ив Роше». Попытки более широкого ввода франчайзинговых продуктов на ульяновскую землю связаны с 2003–2004 годами. В это время появились первые торговые объекты в стритритейле – на улицах Гончарова, К. Маркса.

Второй по объему сегмент рынка франчайзинга – общепит. Здесь франчайзинговые отношения развиты не столь широко, как в торговле. В Ульяновске в формате франчайзинга работают сегодня «Иль Патио», «Елки–палки», «Шоколадница», «Синнабон». «Крошка–картошка» ресторан «Грабли» – именитая российская сеть, которая развивалась только в Москве, но теперь есть и в Ульяновке.

Под собственными торговыми марками заходили в Ульяновск и многочисленные мебельные компании. В 2000 году у нас появилась подмосковная «Шатура–мебель», чуть позже – воронежская «Мебель

Черноземья», московские «Фронда». В конечном итоге прижилась на ульяновской земле лишь «Мебель Черноземья».

Активно развиваются по схеме франчайзинга и средства массовой информации. Так, «Комсомольская правда» имеет около 40 региональных редакций. Активно продвигается в регионы и такой интеллектуальный продукт, как компьютерные справочно-правовые системы («Гарант», «Консультант–Плюс», «Кодекс» и др.), программные платформы для ведения бухгалтерского и кадрового учета.

Активное оживление рынку франчайзинга дало появление в Ульяновске торговых центров нового формата – ТЦ «Версаль» компании «Взлет–инвест» и ТЦ «Самолет» компании «ДАРС». Эти площадки отвечали современным требованиям франчайзеров, и первые «полноценные» франшизы на регион они открывали именно здесь в 2008–2009 годах. Массовое же становление франчайзинга в Ульяновске происходит и по настоящее время. Примером тому является ТРЦ «Аквамол».

Такие популярные марки, как Benetton, Mango, MEXX, ECCO, не говоря уже о сетях, которые заходят сами (Ашан, Медиа Маркт, испанская группа INDITEX, немецкий оператор New Yorker), выходят в регион только тогда, когда рынок действительно сформировался: есть качественные объекты торговой недвижимости, наблюдается положительная динамика в доходах населения, развивается культура потребления.

Можно сказать, что этап становления пройден. По оценке Группы компаний DARS, сегодня на ульяновском рынке порядка 50–80 предпринимателей, которые либо уже имеют франчайзинговые проекты, либо активно ищут новые франшизы, новые марки.

Библиографический список:

1. Сорокина, Ю.В. Основные показатели инвестиционной привлекательности регионов ПФО / Ю.В. Сорокина // Региональная экономика. – 2012. – №2. – С.3.
2. Инвестиционный климат в ПФО [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.pfo.ru>
3. Климова, Н.В. Стратегия инновационной политики в аграрной сфере на региональном уровне / Н.В. Климова, Н.А. Иванова // Инновации. – 2007. – № 7. – С. 82–84.
4. Басенкова, С.В. Оценка производственных и инвестиционных возможностей сельскохозяйственных организаций Ульяновской области

/ С.В. Басенкова, Е.А. Смирнова, Т.Ю. Сушкова // Материалы Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе развития: опыт, проблемы и пути их решения». – Ульяновск: УГСХА, 2009. – Том VI. Стабилизация и экономический рост аграрного сектора экономики. Гуманитарные науки и образование. – С. 16 – 21.

5. Лапшина, Г.В. Инновационная деятельность как фактор развития АПК региона (на материалах Ульяновской области) /Г.В. Лапшина, С.В. Грицков //Международный научный журнал. – 2010. – №2. – С. 17–22.

6. Нуретдинов, И.Г. Региональные особенности продовольственной безопасности (на материалах Ульяновской области) / И.Г. Нуретдинов // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2010. – Том 67, №5. – С.95–99.

7. Нуретдинова, Ю.В. Направления развития отношений собственности на сельхозугодия/ Ю.В. Нуретдинова // Научно-технические ведомости Санкт-Петербургского Политехнического Университета. – 2009. – Том1, № 71. – С. 62 – 65.

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE PFO

Malova P. S., Nuretdinova Y. V.

Keywords: *investments, investment climate and the investment climate*

In this paper we review the investment attractiveness of the PFO. Was made the analysis of the advantages and disadvantages of this Federal district, affecting the investment climate and the willingness of investors to invest.