

ВОЗМОЖНОСТИ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ ФРАНЧАЙЗИ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

© 2011 М.С. Матусевич

Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова

E-mail: max714@yandex.ru

Приводится анализ возможных способов финансовой поддержки начинающих франчайзи в условиях рынка. Автором даны рекомендации для оптимизации данного процесса.

Ключевые слова: условия рынка, франчайзи, оптимизация, финансовая издержка.

В современных условиях, когда на рынке одновременно функционирует большое количество крупных иностранных и российских компаний, остро встает вопрос расширения своей сети, желательно с меньшими рисками и затратами, но без потери качества предоставляемых услуг. Выходом из сложившейся ситуации служит применение механизма франчайзинга. Следует отметить, что франчайзинг является в настоящее время одним из немногих инструментов, характеризующихся низким уровнем риска и обладающих стабильным уровнем прибыльности. Он объединяет в себе достоинства малого и крупного бизнеса. Если учесть особенности отрасли общественного питания, где большое значение имеют контроль и унификация технологических, производственных и административных процессов, можно назвать франчайзинг незаменимым инструментом для нашего рынка.

Есть гипотеза, что российская экономика все же не настолько уникальна, чтобы реальная доля малого бизнеса в ней была в 2-3 раза меньше, чем в других государствах. Нередки ситуации, когда самостоятельно начинающие бизнес предприниматели практически не платят налогов, не оформляют отношения с наемными сотрудниками, не используют кассовые аппараты. А франчайзинг - это действенный и в то же время безболезненный способ вывода малого бизнеса из тени. Предприниматели, работающие по франшизам (а значит, под брендом той или иной сети, для которой важна репутация), повсеместно используют кассовые аппараты, оформляют отношения с сотрудниками, платят налоги. Также открывающимся по франшизам предприятиям предпочтительнее заключать и регистрировать длительные договоры аренды (ведь франшиза покупается на 3-5 лет, и логично арендовать площадь под бизнес на та-

кой же срок), что может стимулировать выход из тени и сектора торговой недвижимости.

Многолетняя практика применения франчайзинга в развитых странах убедительно доказала его чрезвычайную деловую эффективность, которая связана с идеей тиражирования по определенной технологии проверенных практикой концепций бизнеса. Для компаний франчайзинг - это способ распространения бизнеса. Для предпринимателей - один из способов стать владельцем бизнеса. На растущих рынках франчайзинг является самым быстрым способом обучения предпринимателей практическим стандартам, которые необходимы, чтобы вести прибыльный бизнес.

В настоящее время между преуспевающим франчайзером и франчайзи установился новый тип отношений. Они строятся уже не по вертикальной схеме, когда недоступный франчайзер находится на вершине иерархической лестницы, а по горизонтальной, т.е. в системе франчайзинга между франчайзером и франчайзи формируются партнерские отношения на основе равенства. В практике идея франчайзинга терпит крах, если одно из звеньев этой системы испытывает неудачу¹.

Система отношений во франчайзинге носит взаимозависимый характер и формируется на основе поддержки и содействия франчайзера. Такой подход к формированию системы отношений не только помогает франчайзи добиться успеха, но и определяет получение франчайзером роялти.

Одним из самых актуальных вопросов взаимодействия во франчайзинговых отношениях является финансовая помощь франчайзи, так как нехватка средств на развитие отнюдь не отличительная черта современной рыночной экономики. Она существовала на протяжении всего периода развития франчайзинга, поэтому финансо-

вая поддержка начинающих предпринимателей со стороны франчайзера, банков-партнеров и государства способствует скорейшему становлению нового предприятия.

Международный опыт имеет многочисленные примеры новых тенденций развития системы франчайзинга, но ситуация на российском рынке не способствует надежным инвестициям, тем самым осложняя вопрос с финансированием малого бизнеса. Поэтому применительно к нашей действительности следует признать, что потенциальный франчайзи из числа мелких предпринимателей, на которого могут делать ставку франчайзеры, обычно не отличается ни деловым опытом, ни наличием достаточных средств.

Франчайзерам приходится самостоятельно приспосабливаться к изменению ситуации на рынке. Иностранцы франчайзеры, например, поддавшись давлению владельцев франшиз, скорректировали свою стратегию не только в отношении новых форм деятельности, но и в отношении привлечения дополнительных источников финансирования своих франчайзи.

Но все-таки не следует говорить о полном исчезновении состоятельных и перспективных покупателей франшиз. Классическое сочетание идеи и торговой марки франчайзера и денежных средств франчайзи по-прежнему актуально с новыми инвесторами, а также в отраслях, не требующих больших вложений, например в товарном франчайзинге. Однако в деловом франчайзинге, который более популярен среди предприятий питания, ситуация несколько другая. В последние десятилетия эти франчайзеры укрепляются именно за счет вовлечения широких масс мелких предпринимателей. Оказание франчайзи денежной помощи со стороны франчайзера стало нормальным явлением для мировых франчайзинговых сетей².

По данным зарубежной статистики, 25 % франчайзеров предоставляют те или иные финансовые льготы своим франчайзи.

Формы финансовой поддержки разнообразны и могут включать не только льготный паушальный взнос и платежи, но и прямое финансирование будущих франшизных предприятий. Из форм косвенного финансового содействия более всего распространились скидки при продаже франчайзи технологического оборудования. Здесь важную роль играет выбор поставщиков, которые в большинстве случаев обеспечивают

минимальные цены при сотрудничестве с сетевой компанией. Также зачастую франчайзер требует для своих франчайзи отсрочку платежа и всевозможные бесплатные услуги. Западный франчайзер традиционно имеет набор льгот, но даже если он и не берет на себя обязательства по их предоставлению, то обычно помогает с получением кредита. Большую роль франчайзер играет и в поиске инвестора по своей базе, в первую очередь из числа банков, постоянным клиентом которых он является.

Применительно к России важно отметить положение на современном рынке в целом, которое характеризуется общим дефицитом капитала для франчайзи и высокими процентными ставками кредита (для малого бизнеса кредитная ставка составляет порядка 15-19 %). В этой ситуации, учитывая ограниченность финансовых ресурсов и нестабильность рынка, франчайзеры вынуждены в дополнение к традиционным формам поддержки искать альтернативные методы финансирования. Конечно, в России свои особенные проблемы, но и у нас достаточно категорий населения, которые, как потенциальные франчайзи, заслуживают повышенного внимания со стороны франчайзера.

Как показывают исследования, примерно половина из регистрируемых в России предприятий малого бизнеса так и не смогли развернуть свою деятельность из-за недостатка стартового капитала. Очевидно, что франчайзи сталкивается с теми же проблемами, что и остальные мелкие предприниматели. Отсутствие собственных средств сдерживало и будет сдерживать успешное развитие франшизных предприятий, но есть основания полагать, что благодаря специфическим особенностям франчайзинга рынок альтернативного финансирования в настоящий момент для них более благоприятен.

Учитывая разнообразные способы привлечения финансовых средств, можно отметить, что традиционный для бизнеса способ - в виде кредитов - особо востребован и во франчайзинге. Бесспорно, что для создания устойчивого механизма кредитования необходимы гарантии от уважаемой и серьезной компании. Процесс получения кредита покупателями франшиз часто контролируется франчайзерами, которые, как правило, имеют прочные отношения, а часто и специальные договоренности с конкретными коммерческими банками по кредитованию своих фран-

чайзи. Благодаря таким налаженным связям партнерство с известным франчайзером облегчает покупателю франшизы доступ к банковским кредитам, так как гарантирует надежность возврата кредитруемых средств.

Если же франчайзер не выступает гарантом, предприниматель вынужден обеспечивать всю сумму кредита личным имуществом, включая недвижимость и средства, вложенные в предприятие. К тому же ему вряд ли предоставят выгодные процентные условия и выдадут запрашиваемую сумму оперативно и без лишних проверок.

Правда, за рубежом получают распространение и другие системы гарантий для малого бизнеса. Например, в Великобритании франчайзер может воспользоваться правительственной гарантией займов, обеспечивающей до 70 % возврата кредитных средств.

Создание похожей системы у нас могло бы значительно упростить решение финансовых проблем покупателей франшиз, тем более что в настоящее время немногие франчайзеры готовы выступать гарантами в условиях российского рынка.

Рассматривая ситуацию с государственными субсидиями на открытие бизнеса в России, можно прийти к интересным выводам. По данным Александра Майлера, президента Российской Ассоциации развития франчайзинга, из вновь открывшихся предприятий в течение первых 5 лет работы только 14 % компаний, открытых по франшизам, закрываются по различным причинам, в то время как около 85 % самостоятельных (не франшизных) малых предприятий прекращают свое существование за то же время. Из этих данных нетрудно сделать вывод, что предоставлять субсидии предприятию, открывающемуся по франшизе, значительно выгоднее, так как такие фирмы продолжают генерировать выручку и налоговые поступления значительно дольше и стабильнее, но убедить в этом чиновников зачастую проблематично.

Положительным моментом является то, что в целом позиция коммерческих банков по отношению к франчайзингу в последние годы во многом изменилась не только за рубежом, но и в России. Наблюдая за развитием и ростом франчайзинговых систем, кредитно-финансовые учреждения приходят к выводу, что предоставление ссуд сторонам договора франчайзинга - выгодное и надежное вложение.

При выдаче кредита под открытие франчайзингового бизнеса в России банк, прежде всего, ориентируется на наличие какого-то залога, например помещения. Если залога нет, то ресурсы могут быть привлечены под бизнес-план, хотя для банка это гораздо более высокие риски. Да, работа в рамках франшизного проекта снижает их, но незначительно. В случае привлечения средств под известную франшизу можно рассчитывать на снижение ставки по кредиту максимум на 2 %.

Специализированные фонды и программы кредитования, которые направлены на поддержку как франчайзи, так и франчайзеров, наиболее широко распространены среди банков Канады, Австралии, Испании и Великобритании, имеющих департаменты франчайзинга и банковских менеджеров по франчайзингу. В России также появляется возможность получить среднесрочный кредит (до двух-трех лет) под приемлемый для предпринимателей процент³.

Крупнейшие банки мира создают программы, которые ориентированы на финансирование франчайзинговых сетей в разных странах.

В Великобритании отделение по финансированию франчайзинга впервые создал в 1981 г. National Westminster Bank. За последующие 15 лет им было предоставлено кредитов на сумму свыше 450 млн. долл. Вслед за National Westminster отделения по финансированию сектора франчайзинга создали Midland Bank, Lloyds Bank, Bank of Ireland и др.

Например, о своей готовности финансировать (в Москве и в 15 других регионах России) непосредственно франшизные предприятия заявил Пробизнесбанк (www.prbb.ru); в частности, речь идет о сети быстрого питания Grillmaster⁴.

В случае, когда получение частного кредита проблематично, есть возможность воспользоваться помощью государства. Содействие государственных и частных фондов в финансировании франшизного бизнеса происходит, как правило, либо в виде прямого кредитования, либо путем гарантирования займов, предоставляемых коммерческими банками покупателям или владельцам франшиз.

Для России более характерно взаимодействие банков с отечественными и международными фондами в области финансирования малых предприятий. Например, к осуществлению совместной программы по выделению льготных кредитов приступила в Москве Американская кор-

порация по частным зарубежным инвестициям для организации содействия в приобретении американских франшиз и внедрения их в России.

Наиболее известное государственное агентство в США - Администрация малого бизнеса (U. S. Small Business Administration, SBA, www.sba.gov) - выступает гарантом коммерческих кредитов, предоставляемых двумя типами финансовых учреждений, аккредитованных при Администрации: кредитными и инвестиционными компаниями малого бизнеса (Small Business Lending/Investment Companies, SBLC/SBIC).

Отдельное внимание уделяется бывшим военнослужащим, попадающим под категорию ветеранов. Наиболее известной программой является так называемая Инициатива перехода ветеранов к франчайзингу (Veteran Transition Franchise Initiative, VetFran), существующая с 1991 г. при поддержке Международной франчайзинговой ассоциации (The International Franchise Association, IFA, www.franchise.org) и Госдепартамента США по делам ветеранов (U.S. Department of Veterans Affairs, www.vetbiz.gov). Франчайзеры, подключившиеся к данной программе, предоставляют скидку до 50 % от стоимости франшизы или кредитуют франчайзи-ветерана на эту сумму по среднерыночной ставке процента.

В России привлечение общественных и государственных фондов к поддержке франчайзинга только начинает развиваться. Существующие фонды на данном этапе, как правило, собственными финансовыми средствами не обладают, но пытаются содействовать предпринимателям, в том числе франчайзи, в поиске источников финансирования и получении кредитов.

На правительственном сайте Министерства экономического развития и торговли РФ (МЭРТ,

www.economy.gov.ru) в рамках мероприятий по реализации Федеральной целевой программы "Электронная Россия (2002-2010 гг.)" создан Информационный портал Центра поддержки малого предпринимательства, где имеется специальный ресурс, посвященный франчайзингу (см. также официальный сайт Российской ассоциации развития франчайзинга (www.rarf.ru) и сайт Франчайзингового центра малого бизнеса (www.fcmb.ru)).

Целью создания портала является формирование в Интернете специализированной информационной системы, обеспечивающей информационное взаимодействие и информационные потребности в сфере малого предпринимательства.

Как видно из вышесказанного, первые шаги, направленные на создание вспомогательных структур для развития франчайзингового бизнеса, делаются и в ближайшей перспективе мы вправе ожидать положительных результатов, выраженных ростом предпринимательской активности в России. Но в то же время остается еще много не используемых в России возможностей поддержки начинающих франчайзи, которые, в свою очередь, при должной поддержке своего франчайзера, государства и частных структур помогут увеличить долю малого бизнеса в структуре ВВП России.

¹ Колесников В. Построение франчайзингового бизнеса: курс для правообладателей и пользователей франшиз. СПб., 2008. С. 127.

² Макашев М.О. Бренд. М., 2004. С. 154.

³ Официальный сайт Международной франшизной ассоциации. URL: <http://www.franchise.org/faq.aspx>.

⁴ Официальный сайт Grillmaster. URL: <http://www.fgrillmaster.ru>.

Поступила в редакцию 03.05.2011 г.