

## КОНСТАЛИНГ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ БИЗНЕС-ТЕХНОЛОГИЙ

Т.А. Степанова, А.С. Квилинский

Донецкий национальный технический университет

*Розглянуто підходи до ефективного впровадження франчайзинга в сферу малого підприємництва. Запропоновано підхід до впровадження інновацій та прискорення розвитку сфери малого підприємництва заходами консалтингу франчайзинга.*

В промышленно-развитых регионах Украины доля продукции малых предприятий в общем объеме реализации продукции сравнительно мала. Так, например, в 2006 году в Донецкой области эта доля составила 2,8% в сравнении со средне-украинским показателем – 4,8% [1, 308]. А в развитых странах вклад малых предприятий в ВВП составляет: Япония – 70%, США – 50%, Германия – 48%. Такое положение вещей обусловлено множеством причин. Одной из них является отсутствие инфраструктуры, способствующей развитию малого бизнеса в перспективных направлениях экономических сфер деятельности, в частности инновационной.

Для внедрения инноваций в сферу малого бизнеса, как показывает зарубежный опыт, целесообразно использовать такой эффективный инструмент, как франчайзинг. Например, в США доля предпринимательства, основанного на использовании франчайзинга, составляет треть объема розничной торговли, осуществляемой в масштабах всей страны [2, 25]. В Украине же франчайзинговая система взаимоотношений из-за слабой проработанности нормативно-правовой базы еще не получила достаточного распространения.

Проблемами франчайзинга в Украине занимается ряд специалистов, таких как О.В. Суковатый, А.В. Цират, О.Д. Ладюк и др. В своих работах они достаточно широко освещают вопросы, связанные с законодательными нюансами регулирования франчайзинговых отношений. Вместе с тем, влияние франчайзинга на развитие малого бизнеса не достигло своего потенциала. Огромный опыт формирования и развития франчайзинговых отношений наработан за рубежом. Так, наличие таких наработок не приобрело системный характер и остается вопрос относительно эффективных методов внедрения самого франчайзинга в систему взаимоотношений малого, среднего и крупного бизнеса.

Целью данной статьи является выявление факторов и дальнейшее развитие условий, способствующих развитию франчайзинговых отношений в Украине.

Франчайзинг – это форма отношений между предпринимателями, в которых один (франчайзер) продает другому (франчайзи) право на использование бизнес-технологии.

Франчайзинг-партнерство содержит в себе множество нюансов, в особенности, для франчайзи, так как франчайзеры, обычно, более опытни и осведомлены в вопросах франчайзинга. Причем, франчайзеры не охотно рассказывают франчайзи о «скользких» моментах взаимоотношений, страхующих риски первых и совсем не учитывающих интересы второй стороны.

Именно для устранения асимметричности знаний между франчайзером и франчайзи последнему необходимо такое звено как консалтинговая фирма. Тем более что консультации специалистов по франчайзингу, необходимы уже при выборе франчайзинговых схем для формирования взаимоотношений. И только независимые от франчайзеров специалисты в данной сфере деятельности могут объективно и подробно рассказать о преимуществах и недостатках той или иной схемы франчайзинговых отношений и перспективах развития при использовании конкретной бизнес-технологии.

У предпринимателя, решившего использовать франшизу, возникает много смежных вопросов, например, касающихся кредитования, получения разрешений на начало деятельности от органов государственной власти и др. Эти проблемы отвлекают внимание предпринимателя от более важных и приоритетных вопросов. И в этом случае консалтинговая фирма приходит на помощь предпринимателю. Именно такая структура может взять на себя часть функций по управлению бизнесом, в особенности в той части управления, в которой уже наработаны консалтинговой фирмой стандартные решения.

Но следует также учитывать и то, что гармонизация интересов франчайзера, франчайзи и консалтинговой фирмы произойдет только в том случае, если все три участника будут материально заинтересованы в организации и эффективном функционировании бизнес-процесса. То есть речь идет об объединении этих участников в своеобразный кластер.

Положительным моментом для франчайзера в данном случае будет являться то, что отношения с франчайзи будут складываться на более профессиональном уровне, нежели это происходило бы без участия консалтинговой фирмы. Отрицательная сторона у продавца франшизы – исключение преимуществ, которые были бы при асимметричности знаний франчайзера и франчайзи.

Франчайзи в этом кластере выигрывает в том, что максимально снижает риски, связанные с организацией и ведением совершенно

нового для него вида бизнеса. Отрицательным моментом есть то, что франчайзи должен будет отдать часть прибыли консалтинговой фирме за участие в бизнес-процессе, а также понесет дополнительные издержки, связанные с услугами консультантов по вопросу выбора франшизы.

Консалтинговая фирма, участвуя в бизнес-процессе и корректируя взаимоотношения франчайзера и франчайзи, должна будет непрерывно контролировать жизнестойкость проекта, и консультировать франчайзи при возникновении такой необходимости, зарабатывая при этом определенный процент из прибыли франчайзи. Минусом является то, что при неудачном стечении обстоятельств для франчайзи, как это не редко случается в бизнесе, консалтинговая фирма рискует своей репутацией профессионала.

Франчайзинг в странах с развитой экономикой применяют в различных областях деятельности. Это мощное средство решения экономических задач является также перспективной формой сотрудничества между предпринимателями.

В свою очередь, отраслевые кластеры, сформированные по принципу франчайзинговых отношений, дают возможность взаимовыгодно сотрудничать малому, среднему и крупному бизнесу, быстро и эффективно решать предпринимательские проблемы.

Таким образом, возможность использования консалтинга франчайзинга в промышленно-развитых регионах Украины довольно перспективна. Потому как этот процесс является в большинстве случаев ни чем иным, как обучением малого предпринимателя законам ведения бизнеса. Следствием этого может быть снижение рисков предпринимателя, повышение обоснованности принимаемых предпринимателями решений.

К сожалению, действующая нормативно-правовая база в Украине не способна качественно и в достаточной мере регулировать взаимоотношения между субъектами хозяйствования связанные с использованием и передачей прав относительно интеллектуальной собственности, и в этом плане необходимо вести работу по четкому определению правовой базы функционирования прогрессивных объединений малого, среднего и крупного бизнеса, франчайзера и франчайзи, для обеспечения ускорения продвижения инновационных бизнес-технологий и соответствующих управленческих решений.

Литература

1. Статистичний щорічник України – 2006 рік / Державний комітет статистики України; За ред. О.Г. Осауленка. – К.: Консультант, 2007 р. – 571 с.
2. Стивен Спинелли-мл., Роберт М. Розенберг, Сью Берли. Франчайзинг - путь к богатству / Санкт-Петербург, 2007. - 382 с.

25.04.2008