

МОО «Фонд развития науки и культуры»

Журнал «Глобальный научный потенциал»

---

---

№ 44 от 12.12.2014

На № \_\_\_\_\_ от \_\_\_\_\_

Справка

Дана Александру Павловичу Латкину, в том, что его статья " Мотивационное и стимулирующее влияние франчайзинга на повышение инновационности предпринимательства" решением редакционной коллегии принята к публикации в № 12(45) научного журнала «Глобальный научный потенциал» за 2014 г.

Журнал включен в редакцию Перечня ВАК РФ ведущих рецензируемых научных изданий.

Главный редактор

Журнала «Глобальный научный потенциал»

Д.э.н., профессор

О.В.Воронкова



**Мотивационное и стимулирующее влияние франчайзинга на повышение инновационности предпринимательства**

**Motivational and stimulating effect on the franchise**

**increase business innovation**

*Александр Павлович Латкин, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, доктор экономических наук, директор Института международного бизнеса и экономики, E-mail alexandr.latkinp@vvsu.ru , телефон 8 (423) 271-17-81, почтовый адрес 690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41.*

*Павел Станиславович Беленец, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, аспирант кафедры международного маркетинга и торговли E-mail: public@mail.ru, телефон 8 (423) 271-17-81, почтовый адрес 690014, г. Владивосток, ул. Гоголя, 41.*

В статье рассмотрены актуальные вопросы, связанные с мотивационным и стимулирующим влиянием франчайзинга на повышение инновационности предпринимательства. Отдельное внимание уделено раскрытию особенностей функционирования франчайзинга в инновационном механизме предпринимательства, в том числе по сравнению с классической моделью ведения бизнеса. Детально исследован цикл создания инновационного продукта, обозначено место франчайзинга в нем. Конкретизированы формы использования франчайзинга для повышения инновационности предпринимательства. Обоснована необходимость создания инновационного климата, который будет усиливать и влияние франчайзинга на повышение инновационности предпринимательства.

**Ключевые слова:** франчайзинг, механизм, инновация, предпринимательство, климат, формы.

The article deals with current issues related to the motivational and incentive effects of franchising to increase innovation entrepreneurship. Special attention is paid to the disclosure of the functioning of the franchising business in an innovative mechanism, including in comparison with the classical model of doing business. Investigated in detail the cycle of creating an innovative product, indicates the location of a franchise in it. Specified forms of use franchising to improve business innovation. The necessity of creating a climate for innovation, which will enhance the impact of franchising and to increase business innovation.

**Keywords:** franchise, mechanism innovation, entrepreneurship, climate, form.

В рыночных условиях инновации выступают одним из главных факторов обеспечения конкурентоспособности, который обеспечивает повышение доходов субъектов хозяйствования, завоевание новых рынков или улучшение своего позиционирования на уже освоенных. Источниками финансирования инновационной деятельности

предприятий могут быть собственные и привлеченные ресурсы, заемные средства. Однако в условиях преодоления последствий мирового финансового кризиса на многих предприятиях не хватает финансирования даже на поддержание имеющихся объемов выпуска продукции. Спад производства в условиях финансового кризиса привел к уменьшению прибыли, необходимой для накопления инвестиционных ресурсов.

В данном контексте особую актуальность приобретают нетрадиционные методов финансирования инновационной деятельности, к числу которых относится франчайзинг.

Франчайзинг в аспекте инновационной деятельности позволяет повысить рентабельность малого предпринимательства благодаря объединению преимуществ малого и крупного бизнеса. Фактически в этой системе большой бизнес играет одну из ключевых ролей в укреплении позиций малого и среднего.

Таким образом, представляется, важным исследование мотивации и стимулирования факторов использования франчайзинга как эффективного инструмента повышения инновационности предпринимательства.

Однако ряд задач, связанных с формализацией механизмов и видов франчайзинга как эффективной и гибкой финансовой схемы привлечения инвестиционных ресурсов в процесс тиражирования инновационных проектов, требуют дальнейшего теоретического изучения и практического решения.

Как известно инновационное предпринимательство – это вид коммерческой деятельности, целью которого является получение прибыли за счет создания технико-технологических нововведений и распространения инноваций. Инновационное предпринимательство отличается от простого тем, что использует передовые технологии, эффективные методы и отличия. Франчайзинговая модель включает в себя элементы разных видов экономических отношений, в частности инвестирования, аренды, трансфера технологий, лицензирования, дилерства, купли-продажи, патентования, предоставления услуг и т.д., что дает основания рассматривать франчайзинг как способ опосредованного финансирования инвестиционно-инновационной деятельности, с помощью которого осуществляется передача технологических, маркетинговых и организационных инноваций и соответственно повышается уровень инновационности самих субъектов хозяйствования. Т.е. франчайзинговые сети выступают в качестве каналов трансфера инноваций, в которых компания - франчайзер выполняет роль разработчика инноваций, а компания-франчайзи является их потребителем и обеспечивает дальнейшее распространение и внедрение [1].

Актуальность использования франчайзинга, в качестве инновационной формы организации предпринимательства, связана с тем, что процесс становления и развития бизнеса происходит в условиях резкого дефицита финансовых ресурсов, а также отсутствия действенной системы финансирования, кредитования и страхования предпринимательской деятельности. Подтверждают данный факт происходящие сегодня инновационные сдвиги в развитии предпринимательства развитых стран, которые определяются не только научными и технологическими достижениями, но и интенсификацией процессов трансфера технологий с помощью использования специальных инструментов и механизмов формирования соответствующих

интеграционных структур, которые объединяют интеллект, производство и бизнес. К числу таких инструментов относится франчайзинг.

Сопоставление наиболее инновационных отраслей в мировом хозяйстве, выделенных вследствие составления инновационного индекса [2], и самых продаваемых франшиз (по результатам исследования мирового рынка франчайзинга) позволяет сделать вывод о том, что использование франчайзинговой модели построения бизнеса и повышение уровня инновационности предпринимательства – это равнонаправленные вектора развития, которые обуславливают успех и стремительное развитие друг друга (см. рис. 1).

Рис. 1 Сравнение ведущих инновационных отраслей и популярных франчайзеров в мировой экономике

Как свидетельствует рисунок 1, инновационные отрасли, лидирующие в мировом масштабе, способны генерировать дополнительную стоимость от инноваций не в последнюю очередь благодаря возможностям перераспределения инвестиций с помощью франчайзинговой модели, позволяющей использовать лучшую практику наиболее успешных дивизионов и масштабировать ее в широком географическом пространстве.

Характер функционирования франчайзинга в инновационном механизме свидетельствует о том, что на его основе создаются такие формы экономических отношений и связей между субъектами хозяйствования, которые вследствие своей адекватности природе инновационного производства максимально способствуют его эффективности [3]. В таблице 1 представлена сравнительная характеристика повышения инновационности предпринимательства с использованием классической и франчайзинговой модели, которая свидетельствует о том, что франчайзинговая модель по сравнению с классической, характеризуется превалирующими преимуществами по всем ключевым признакам организации инновационного бизнеса.

Таблица 1 Ключевые характеристики классической и франчайзинговой модели повышения инновационности предпринимательства

<b>Признаки</b>	<b>Классическая модель</b>	<b>Франчайзинговая модель</b>
Ресурсное обеспечение	Внутренние	В основном внешние
Зона научного охвата	Незначительная (с целью текущего улучшения деятельности)	Все элементы предприятия, его внутренние и внешние отношения
Организация	Классические формы организации производства и труда	Инновационные формы, основанные на всесторонней интеграции и диверсификации
Гибкость и адаптивность	Незначительная	Высокая
Институциональное обеспечение	Стабильное	Переменное, адаптируется к запросам рынка и потребителей

Одним из достоинств франчайзинга в данном случае выступает сочетание в нем преимуществ лизинга и кредита одновременно, при этом франчайзинг позволяет минимизировать стратегический риск для франчайзи (в сравнении: свой бизнес сворачивают более 25% обыкновенных малых предприятий и только 5% франчайзи) и предоставляет возможность ускорить торговое расширение франчайзера [4].

Рассмотрим более детально на каких стадиях функционирования предпринимательства франчайзинг может привнести инновационность и на какие факторы, он может оказать влияние, чтобы задать инновационный вектор развития бизнесу. Для этого представляется целесообразным формализовать общую схему результативности инновационной активности предпринимательства, а также цикл разработки и внедрения инновационного продукта.

На рисунке 2 представлен цикл создания инновационного продукта и место франчайзинга в нем.

## Рис. 2 Цикл инновационного продукта [5]

В соответствии с циклом инновационного продукта, франчайзинг, как особая модель организации бизнеса, для повышения инновационности предпринимательства может использоваться в трех различных формах:

1. Франчайзинг как стимул к внедрению инноваций. С одной стороны, предъявляемые к франчайзи требования расширяют личные возможности предпринимателей, изменяют их взгляд на качество профессиональных знаний, способствуют развитию их способностей и профессиональных навыков, что способствует распространению инноваций как внутри конкретной франчайзинговой системы, так и вне ее. С другой стороны, региональная экспансия практически каждого крупного франчайзера и вызванное им повышение конкуренции вызывает разработку и внедрение инновационных бизнес-стандартов со стороны местных бизнесменов, вынужденных адаптироваться к новому уровню качества их работы. Большинство малых предприятий при появлении в регионе зарекомендовавших себя брендов сталкиваются с необходимостью применять инновационные методы работы с целью дальнейшего развития своих бизнес-проектов.
2. Дополнительная прибыль от франчайзинга может быть реинвестирована на внедрение инноваций. Использование франчайзинга снижает издержки, повышает эффективность рекламы, отдачу от внедрения технических и технологических новшеств, увеличивает объем продаж и прибыль предприятий, что в совокупности способствует развитию сферы услуг и экономики в целом.
3. Собственно инновационный франчайзинг. Франчайзинговые сети выполняют роль каналов трансфера инноваций, в которых компания-франчайзер выступает разработчиком инноваций, а компания-франчайзи является их потребителем [6].

Большинство исследователей рассматривают процесс использования франчайзинга для продвижения инноваций слишком узко, отождествляя его только с процессом управления предпринимательской деятельностью. Представляется не рациональным и не оправданным придерживаться такого ограниченного восприятия, поскольку управление инновациями посредством франчайзинга – это не только управление продвижением и реализацией новшества. По мнению авторов процесс использования франчайзинга выходит далеко за рамки обычного сбыта и предполагает управление всеми функциями предпринимательства, всеми его этапами, инструментами и механизмами на основе инновационного подхода [7],[8].

Влияние франчайзинга на систему управления и организационный механизм инновационного развития предпринимательства в целом проявляется в создании условий для осуществления инновационной деятельности на предприятии и формировании механизма ее контроля и регулирования. Так, прежде всего, франчайзинг воздействует на мотивацию руководства, что стимулирует его активнее использовать новшества и внедрять их в хозяйственную деятельность, а также выстраивать эффективные отношения с персоналом, вовлекать его в инновационный процесс, обеспечивать непрерывное обучение. Кроме того, использование инновационных франшиз способствует внедрению технологических и организационно-управленческих инноваций, которые уже доказали свою эффективность и результативность. Необходимо также обратить внимание и на тот факт, что инновационная франшиза позволяет увеличить производительность труда, усовершенствовать систему маркетинга, улучшить коммуникации с конечными потребителями, повысить результативность управления качеством, инфраструктурой и организационным развитием предпринимательства.

На наш взгляд к числу внешних факторов, через прямое и опосредованное влияние на которые, франчайзинг способствует повышению инновационности предпринимательства, относятся:

- сбалансированность, равновесия в соотношении спроса и предложения на инновационные продукты и услуги по объему, структуре и качеству;
- продолжительность часового инновационного интервала между возникновением, совершенствованием и внедрением новых технологий;
- разработка и проектирование новых образцов инновационной продукции;
- развитие социокультурных факторов (изменение системы ценностей, уровня профессиональной подготовки, стимулирование работников);
- усиление конкуренции, которая активизирует поиск улучшения качественных характеристик продукции, обновление ассортимента;
- рост и усложнение требований потребителей.

Обобщая анализ мотивационного и стимулирующего влияния франчайзинга на повышение инновационности предпринимательства, главный акцент следует сделать на том, что конкуренция (за ресурсы, за сферы влияния, за место на рынке, за клиентов, за профессиональных работников и т.д.) является главной движущей силой, побуждающей бизнесменов использовать франшизы, способные обеспечить прорыв и укрепить позиции на рынке, выдвигающем повышенные требования к продуктам и процессам, удовлетворить которые традиционные технологии уже не в состоянии. Конкуренция заставляет предпринимателей выходить на рынок инноваций, участвовать в его формировании путем приобретения франшиз, лицензии, прав на производство продукции, использование технологии, ноу-хау и другой интеллектуальной собственности.

Для того, чтобы влияние франчайзинга на повышение инновационности предпринимательства, было результативным, по мнению авторов, в регионе должен быть создан соответствующий инновационный климат, основные составляющие которого представлены на рис. 3.

Рис. 3 Принципиальная схема создания инновационного климата, способствует эффективному использованию франчайзинга предпринимателями [9].

В контексте вышеизложенного, подробнее остановимся на механизмах привлечения инновационных франшиз. Так, объекты интеллектуальной собственности, как объекты на право использования результатов инновационной деятельности (своей или чужой), могут появиться у франчайзингового предприятия в результате:

- включения системы развития франчайзинга в государственную программу поддержки малого предпринимательства;
- государственной регистрации нематериального актива, изготовленного собственными силами франчайзера;
- создания системы налоговых льгот для франчайзи, особенно на начальном этапе;
- приобретения нематериального актива франчайзи от франчайзера по лицензионному или франчайзинговому соглашению;
- предоставления возможности использования франчайзером упрощенной системы бухгалтерского учета;
- вклада сторон в уставный капитал франчайзингового предприятия.

Подводя итоги проведенного исследования, можно сделать следующие выводы.

Не вызывает сомнения тот факт, что франчайзинг играет исключительную и очень важную роль в повышении уровня инновационности предпринимательства, о чем наглядно свидетельствует опыт развитых стран, и успехи инновационных компаний-франчайзеров в мировом масштабе. Высокая конкуренция на рынках вынуждает предпринимателей использовать более гибкие и эффективные модели построения бизнеса, которые имеют преимущества по сравнению с традиционными инструментами, являются менее затратными и более приспособляемыми к изменяющейся конъюнктуре рынков. Франшизы позволяют быстро включиться в инновационный бизнес и с минимальными финансовыми затратами, в короткие сроки запустить перспективный

проект, нацеленный на получение прибыли уже в ближайшее время. Такая форма ведения бизнеса позволяет новым решениям с минимальными задержками пробиваться на рынок, предоставляет при этом предпринимателям возможность получить максимальную прибыль от профинансированного проекта.

Для реализации всех преимуществ и достоинств франчайзинга, как инструмента повышения инновационности предпринимательства, должен быть создан соответствующий инновационный климат, принципиальная схема которого предложена в исследовании.

### Литература:

1. Малахов Д.А. Вот имя мое ... франчайзинговая стратегия становления малого предпринимательства // Российское предпринимательство. - 2008. - № 4-2. - С. 161-164.
2. The Most Innovative Companies: An Interactive Guide URL: [https://www.bcgperspectives.com/content/interactive/innovation\\_growth\\_most\\_innovative\\_companies\\_interactive\\_guide/](https://www.bcgperspectives.com/content/interactive/innovation_growth_most_innovative_companies_interactive_guide/)
3. Беспятовых В.И., Шехирев А.В. Методические подходы к обоснованию параметров франчайзинговых сделок // Вопросы новой экономики. - 2010. - №3. - С. 52-58.
4. Толстых Т.О., Дигилина О.Б., Орлова С.А. Франчайзинг как особый вид предпринимательской деятельности // Вестник ОрелГИЭТ. - 2012. - №2(20). - С. 52-55.
5. Франчайзинг как инструмент международной кооперации в области коммерциализации инноваций и продвижения технологий URL: <http://www.myshared.ru/slide/362541/>
6. Алексеев А.Н., Сыроватко И.В. Развитие предпринимательских структур на основе франчайзинга // В мире научных открытий. - 2012. - №10.2(34). - С. 22-33.
7. Беленец П.С. Современный подход к франчайзингу как новому методу ведения бизнеса // Известия СГУ // Экономика и управление. - 2014. - №2. - С. 21-24.
8. ЛАТКИН АЛЕКСАНДР ПАВЛОВИЧ, ЖУК АНАТОЛИЙ ПЕТРОВИЧ ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ИННОВАЦИОННО-КОНКУРЕНТНОЙ РЫБОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НА ДАЛЬНЕМ ВОСТОКЕ РОССИИ // Известия ТИНРО . 2011. №. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-innovatsionno-konkurentnoy-rybohozyaystvennoy-deyatelnosti-na-dalнем-vostoke-rossii>
9. Брылева Мария Евгеньевна, Максимов Константин Александрович // Анализ подхода к оценке инвестиционного климата региона // Интернет-журнал «НАУКОВЕДЕНИЕ». - №3, 2013.

## References:

- 1 Malakhov DA That's my name ... franchising strategy of becoming small business // Russian Entrepreneurship. - 2008. - № 4-2. - S. 161-164.
2. The Most Innovative Companies: An Interactive Guide URL: [https://www.bcgperspectives.com/content/interactive/innovation\\_growth\\_most\\_innovative\\_companies\\_interactive\\_guide/](https://www.bcgperspectives.com/content/interactive/innovation_growth_most_innovative_companies_interactive_guide/)
- 3 Bespyatykh VI, AV Shehirev Methodological approaches to the justification of the parameters franchise transactions // Questions of the new economy. - 2010. - №3. - P. 52-58.
- 4 Fat TS, Digilina OB, SA Orlov Franchising as a special kind of business // Herald OrelGIET. - 2012. - №2 (20). - P. 52-55.
- 5 Franchising as an instrument of international cooperation in the commercialization of innovation and technology promotion URL: <http://www.myshared.ru/slide/362541/>
- 6 Alekseev AN, Syrovatko IV Development of entrepreneurial structures based franchising // In the world of scientific discoveries. - 2012. - №10.2 (34). - P. 22-33.
- 7 Belenets PS The modern approach to franchising as a new method of doing business // Izvestia SSU // Economics and Management. - 2014. - №2. - С. 21-24.
- 8 Latkina Alexander, BEETLE Anatoly THEORETICAL BASIS INNOVATION COMPETITION fisheries THE RUSSIAN FAR EAST // News TINRO. 2011. №. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-innovatsionno-konkurentnoy-rybohozyaystvennoy-deyatelnosti-na-dalнем-vostoke-rossii>
- 9 Bryleva Maria E., Konstantin Maximov // analysis approach to assessing the investment climate in the region // Internet magazine "science of science". - №3, 2013.