

УДК 334.752

***ВЛИЯНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА НА СТОИМОСТЬ КОМПАНИИ. ОЦЕНКА  
ПОТЕНЦИАЛА МСП НА ТЕХНОЛОГИЯХ ФРАНЧАЙЗИНГА В  
КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ.***

***Галетко А.Н.***

*Магистрант*

*Институт управления бизнес-процессами и экономики*

*Красноярск, Россия*

**Аннотация.** Франчайзинг является перспективной формой взаимодействия МСП как в России, так и в Красноярском крае в отдельности. Малый бизнес решает проблему финансирования в период своего становления, а крупный бизнес получает возможность снизить издержки и риск.

**Ключевые слова:** франчайзинг, малый бизнес, предпринимательство, роялти.

***THE INFLUENCE OF FRANCHISING ON THE VALUE OF THE  
COMPANY. THE ASSESSMENT OF THE DEVELOPMENT POTENTIAL OF  
SMES IN THE TECHNOLOGY OF FRANCHISING IN KRASNOYARSK  
REGION***

***Galetko A.N.***

*graduate student*

*Institute of Business Process Management and Economics*

*Krasnoyarsk, Russia*

**Annotation.** Franchising is a promising form of interaction between SMES, both in Russia and in the Krasnoyarsk region. Small business solves the problem of financing during its formative years, and big business gets an opportunity to reduce costs and risk.

**Keywords:** franchising, small business, entrepreneurship, catering.

Для каждого потенциального франчайзинга немаловажное значение имеет целесообразность стоимости франшизы, которую он собирается приобрести. Но для того, чтобы оценить адекватность установленной цены, надо знать из чего она складывается.

На стоимость франшизы влияют 3 аспекта:

1. Паушальный взнос – единовременный платёж за приобретение лицензии на ведение деятельности от имени франчайзера;

2. Роялти (фиксированный, с оборота или с маржи) – периодические платежи за право пользования франшизой;

3. Сопутствующие затраты на работу с торговой маркой (инвестиции франчайзи, которые требуются, например, на организацию торговой точки/офиса, закупку оборудования, рекламу и проч.).

Роялти может быть в виде фиксированных платежей, процента с оборота или же процента с маржи. Первый используется франчайзерами, которым проблематично установить конкретный размер дохода своих франчайзи [3].

Есть и такие франчайзеры, которые без роялти оказывают поддержку своим франчайзи в текущем ведении бизнеса. Но они являются явным исключением и лично мне пока не встречались. Зато всюду можно встретить франчайзеров, считающих уместным забирать себе весьма большую долю прибыли у франчайзи. При этом, в подавляющем большинстве случаев роялти указывают в процентах от общей выручки (ее часто называют доходом).

По своей сути это верно, т. к. выручку значительно проще считать и контролировать, чем вычислять прибыль. Но роялти от выручки тоже нередко вводит в заблуждение. Чтобы понять насколько велик удельный вес роялти в общей цене франшизы, следует знать не только процент самого роялти, но также процент наценки (т.е. разницу между входной и отпускной ценой товара) и цену затрат на ведение бизнеса.

Предположим, что у обеих франшиз роялти от дохода по 6% (аналитики считают, что средний размер роялти в России 5-8%). При этом в магазине наценка от оборота продажи товаров — 20%, а в автосервисе, за счет услуг, наценка составляет 60% от оборота. Поэтому в каждой сотне рублей выручки у магазина будет 20 руб. наценки, а у автосервиса — 60 руб. Однако, платить с этой каждой сотни рублей выручки франчайзи будут одинаковый роялти — по 6 руб. Таким образом, для магазина роялти составит 30% от наценки, а для автосервиса — только 10%. То есть, в три раза меньше.

Но и это еще не все. Чтобы вычислить какую часть чистой прибыли у франчайзи намерен взять себе франчайзер в качестве роялти, от суммы наценки следует отнять все текущие затраты на ведение бизнеса (налоги, зарплату сотрудников, охрану, коммунальные услуги и т.д.). В нашем примере у франшизы магазина и автосервиса затраты на налоги, зарплату сотрудников и охрану обычно примерно одинаковы, но коммунальные услуги магазину обходятся значительно дороже, чем автосервису.

Расчеты по разным франшизам показывают, что в качестве роялти некоторые франчайзеры закладывают такие проценты, что они составляют, (а иногда и превышают) половину всей чистой прибыли франчайзи. «Зато и суммы оборота очень велики», - убеждают потенциальных покупателей такие франчайзеры. В любом случае — каждый процент роялти в сторону плюса или минуса очень и очень серьезно отражается на цене франшизы и ее рентабельности для франчайзи.

Третий же применяется, если наценка может иметь существенные различия.

Размер роялти варьируется в пределах 1-10% и зависит от уровня известности торговой марки. Чем она больше, тем выше процент. Однако сущность данного вопроса заключается в соразмерности выплачиваемых франчайзи процентов и фактической помощи со стороны франчайзера [1].

Стоимость франшизы складывается из двух составляющих: инвестиций в предприятие и оплату права использования бренда. Инвестиции в открытие

достаточно легко рассчитать: это товарный запас, оборудование, изготовление рекламы и так далее. С паушальным взносом и роялти сложнее. На их размер влияет известность бренда, уникальность и проработанность бизнес-технологий, полнота франчайзингового пакета, глубина сопровождения франчайзи.

Удельный вес инвестиций в цене разных франшиз, как и роялти, очень различен и также скрыт от поверхностного взгляда франчайзи. Поэтому тоже нуждается в анализе. При сравнении деятельности магазина по продаже недорогих товаров и автосервиса по техобслуживанию оценка начинается со стоимости производственных помещений. Даже если магазин находится не в центре, а в спальном районе среднего города, 100 кв. м. его площади можно будет купить никак не меньше, чем за 100 тысяч \$. А четыре бокса такой же общей площадью в гаражном кооперативе на окраине города для автосервиса будут стоить 20 тысяч \$. Разница в 80 тыс. \$ очень. Но, главное, эти затраты из цены франшизы нужно будет вернуть [4].

Итоговая стоимость франшизы — величина индивидуальная. Она зависит от многих параметров, таких как ценность бренда, популярность услуги или товара, период существования компании-франчайзера на рынке и многих других условий [2]. На окончательную сумму вложений при открытии своего дела по франшизе будут влиять и стандартные затраты на запуск любого бизнеса, такие как аренда помещения, покупка товара и найм персонала.

С менее известными франчайзерами в плане затрат дело обстоит проще: паушальный взнос, роялти и условия сотрудничества могут показаться весьма привлекательными. Однако не факт, что эта компания сможет оказать адекватную поддержку в случае необходимости.

Основные составляющие цены франшизы – степень известности и поддержки франчайзера. Чтобы удостовериться в адекватности паушального взноса, целесообразно ознакомиться с показателями рентабельности франчайзера, на основании которых произвести расчёт потенциальной рентабельности будущего франчайзи и сопоставить полученные результаты.

Нельзя также упускать из внимания, что на цену франшизы может влиять ее вид, социально-экономические критерии региона, в котором планируется ее реализовывать, наличие аналогичных партнеров, осуществляющих свою деятельность от имени франчайзера и др.

Например, франшиза Макдоналдс стоит в десятке раз дороже, чем франчайзинговое предложение любого другого ресторана быстрого питания. И такая разница в цене вовсе не означает, что какая-то франшиза лучше другой, все просто зависит от раскрученности и узнаваемости бренда у целевой аудитории. Все-таки Макдоналдс — один из самых популярных ресторанов фастфуда, а значит, он имеет полное право взимать дополнительную плату за возможность открыть ресторан под вывеской с этим названием.

Франчайзинг — это снижение предпринимательских рисков за счет отработанных технологий и прозрачность ведения бизнеса. Это способствует созданию новых рабочих мест, росту занятости и повышению благосостояния жителей региона.

Исполнительный директор РАФ Юрий Михайличенко отметил, что Красноярск, как один из быстро развивающихся городов является весьма перспективным для развития франчайзинга. Для Красноярского края франчайзинг - это не только новые рабочие места и дополнительные налоговые поступления, но и повышение компетентности предпринимателей края. Присутствие известных брендов в значительной степени увеличивает привлекательность региона для зарубежных и российских инвесторов.

Во многих странах мира именно франчайзинговые объекты определяют облик современного мегаполиса и задают стандарты предпринимательской деятельности. Они делают среду комфортной для проживания.

Эксперты высоко оценивают емкость красноярского рынка, особенно в сфере персонального сервиса - это прачечные, фитнес-центры и салоны красоты. Франчайзинг помогает начать бизнес с наименьшими рисками и в дальнейшем быстро и качественно его развивать.

Таким образом, конкретной схемы, по которой можно рассчитать цену франшизы, как таковой нет, поскольку критерии оценки могут существенно отличаться друг от друга. Стандартное же правило заключается в том, что чем известнее компания, тем больше стоит ее франшиза.

Для каждого потенциального франчайзи немаловажное значение имеет целесообразность стоимости франшизы, которую он собирается приобрести. Но для того, чтобы оценить адекватность установленной цены, надо знать из чего она складывается.

### **Библиографический список:**

1. От чего зависит цена франшизы. – Электронный ресурс:  
<http://vsefranshizi.ru/interest/ot-chego-zavisit-cena-franshizi.html>.

2. Сколько стоит франшиза? – Электронный ресурс:  
<http://www.rusfranch.ru/presscenter/publications/3051/>.

3. Франчайзинг — особенности бизнеса. – Электронный ресурс:  
<https://promdevelop.ru/franchajzing/>.

4. Цена франшизы: как вычислить рентабельную и недорогую франшизу.  
– Электронный ресурс: <http://topfranshiza.ru/cena-franshizy-kak-vychislit-rentabelnuyu-i-nedoroguyu-franshizu>