

Министерство образования Республики Беларусь
Полоцкий государственный университет

**УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ:
МЕЖДУНАРОДНЫЕ И НАЦИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ**

Электронный сборник статей
III Международной научно-практической online-конференции

(Новополоцк, 18–19 апреля 2019 г.)

Новополоцк
Полоцкий государственный университет
2019

Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты
[Электронный ресурс] : электронный сборник статей III Международной научно-практической online-конференции, Новополоцк, 18–19 апреля 2019 г. / Полоцкий государственный университет. – Новополоцк, 2019. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Впервые материалы конференции «Устойчивое развитие экономики: международные и национальные аспекты» были изданы в 2012 году (печатное издание).

Рассмотрены демографические и миграционные процессы в контексте устойчивого развития экономики; обозначены теоретические основы, практические аспекты управления человеческими ресурсами; выявлены и систематизированы драйверы инклюзивного экономического роста в Беларуси и за рубежом; раскрыты актуальные финансовые и экономические аспекты развития отраслей; приведены актуальные проблемы и тенденции развития логистики на современном этапе; отражены современные тенденции совершенствования финансово-кредитного механизма; освещены актуальные проблемы учета, анализа, аудита в контексте устойчивого развития национальных и зарубежных экономических систем; представлены новейшие научные исследования различных аспектов функционирования современных коммуникативных технологий.

Для научных работников, докторантов, аспирантов, действующих практиков и студентов учреждений высшего образования, изучающих экономические дисциплины.

Сборник включен в Государственный регистр информационного ресурса. Регистрационное свидетельство № 3061815625 от 23.05.2018.

Компьютерный дизайн обложки М. С. Мухоморовой.
Технический редактор Т. А. Дарьянова, О. П. Михайлова.
Компьютерная верстка И. Н. Чапкевич.

211440, ул. Блохина, 29, г. Новополоцк, Беларусь
тел. 8 (0214) 53 05 72, e-mail: a.lavrinenko@psu.by

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ФРАНЧАЙЗИНГА КАК ИНСТРУМЕНТА УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

Н.А. Борейко, канд. экон. наук, доц.,
Полоцкий государственный университет, Беларусь

В настоящее время франчайзинг представляет собой динамично развивающийся вид экономической деятельности, успешно используемый во многих странах и представляющий собой глобальный трансфер знаний, ноу-хау, идей производства и реализации товаров (услуг), а также концепцию ведения бизнеса. В европейских странах количество предприятий, использующих франчайзинг, с каждым годом увеличивается. Для Республики Беларусь это относительно новый вид предпринимательской деятельности, и официально его использование стало возможным в 2005 г., после вступления в силу главы 53 Гражданского кодекса Республики Беларусь «Комплексная предпринимательская лицензия (франчайзинг)». Расширению использования франчайзинга в Республике Беларусь способствовала разработка мероприятий по его развитию, указанных в Программе государственной поддержки малого и среднего предпринимательства в Республике Беларусь на 2013–2015 гг.

При анализе эффективности использования любого вида деятельности рассчитываются и оцениваются многочисленные показатели. Однако, на наш взгляд, основными показателями, характеризующими эффективность деятельности, являются: доходы от данного вида деятельности, оценка понесенных расходов и расчет ее рентабельности. Следует так же отметить, что расчет данных показателей не является трудоемким и система бухгалтерского учета позволяет формировать информационную базу для расчета указанных показателей.

В тоже время общепризнанные подходы к расчету данных показателей не учитывают специфику франчайзинга и особенности его функционирования. А существующая методика бухгалтерского учета не позволяет формировать данные для проведения анализа эффективности использования франчайзинга. В этой связи нами предлагаются методы расчета указанных показателей, позволяющие учесть специфику франчайзинга. Информационной базой для расчета предлагаемых показателей является примечание к бухгалтерской отчетности, а именно формы пояснений, предлагаемые автором.

Как отмечалось нами выше, франчайзинг предполагает наличие двух субъектов: франчайзер и франчайзи. Соответственно, эффективность использования франчайзинга для каждого субъекта будет определяться различными методами.

Для анализа эффективности использования франчайзинга нами предлагается оценить следующие показатели *франчайзера*:

- доходы от франчайзинговых операций;
- расходы по франчайзинговым операциям;
- рентабельность франчайзинга.

Предлагаемая автором методика учета доходов и расходов по франчайзинговым операциям позволяет сформировать объективные данные для расчета названных показа-

телей. Доход франчайзера от предоставления франшизы формируется из следующих поступлений:

- первоначального взноса при его наличии;
- суммы поступающих периодических платежей: текущих и отчисления в рекламный фонд;
- прочие платежи, которые могут включать в себя плату за обучение и поддержку франчайзи, прочие сервисные платежи, а также сумму штрафов, наложенных на франчайзи.

Первоначальный взнос франчайзер получает единовременно, а периодичность уплаты прочих платежей может варьироваться и оговаривается во франчайзинговом договоре. Поскольку срок, на который заключен договор, может быть значительным, то для расчета дохода франчайзера, необходимо учитывать влияние инфляционного фактора, т.е. корректировать показатели на ставку дисконтирования.

Таким образом, доход франчайзера следует исчисляться по формуле (1):

$$D = \sum_{i=1}^n \text{Первонач.} + \sum_{i=1}^n \frac{n_i \text{Текущ}_i}{(1+r)^t} + \sum_{i=1}^n \frac{k_i \text{Рекламн}_i}{(1+r)^t} + \sum_{i=1}^n \frac{m_i \text{Прочие}_i}{(1+r)^t}, \quad (1)$$

где D – доход франчайзера;

Первонач. – сумма первоначального взноса;

Текущ – сумма текущих платежей на поддержку франчайзинговой системы;

n – периодичность уплаты периодических платежей;

t – период, на который заключен франчайзинговый договор;

Рекламн – рекламные платежи;

k – периодичность поступления рекламных платежей;

Прочие – прочие платежи, предусмотренные договором франчайзинга;

m – периодичность поступления прочих платежей;

r – ставка дисконтирования.

Таким образом, данная формула позволяет оценить доход франчайзера от осуществления франчайзинга, как за весь период действия договора, так и за отдельный взятый промежуток, отделяя его от прочих доходов, полученных франчайзером при осуществлении других видов деятельности.

Расходы франчайзера, опираясь на специфику франчайзинга, будут иметь следующую структуру:

- Расходы на регистрацию франчайзингового договора. Данная статья расходов является единовременной и включает в себя стоимость регистрации договора в национальном центре интеллектуальной собственности, услуги сторонних организаций-консультантов, оказывающих юридическую поддержку при подписании договора. В работе данные расходы идентифицируются как предфранчайзинговые затраты.

- Расходы на обучение франчайзи. Данные расходы могут осуществляться весь период действия договора и включать в себя набор, обучение персонала и поддержку франчайзи.

– Расходы на продвижение франшизы. Данная статья включает в себя как затраты на рекламу самой франшизы, так и на рекламу товаров либо услуг, реализуемых франчайзи.

– Прочие расходы, связанные с предоставлением франшизы и осуществлением франчайзинговых операций.

Таким образом, расчет расходов франчайзера рекомендуем производить по формуле (3.2):

$$P = P_{\text{предфр}} + \sum_{i=1}^n \frac{P_{\text{обуч}}}{(1+r)^i} + \sum_{i=1}^n \frac{P_{\text{реклам}}}{(1+r)^i} + \sum_{i=1}^n \frac{P_{\text{прочие}}}{(1+r)^i} \quad (2)$$

где P – общая величина расходов франчайзера;

$P_{\text{предфр}}$ – предфранчайзинговые затраты;

$P_{\text{обуч}}$ – расходы на обучение франчайзи;

$P_{\text{реклам}}$ – расходы на рекламу;

$P_{\text{прочие}}$ – прочие расходы франчайзера на осуществление франчайзинговых операций;

r – ставка дисконтирования.

Расчет расходов франчайзера по формуле (3.2), во-первых, отражает специфику франчайзинга, во-вторых, показатели, участвующие в расчете, формируются в пояснениях к бухгалтерской отчетности франчайзера.

Рассчитаем расходы франчайзера за первый месяц работы на основе условного примера и данных:

$$P = 6\,000 + 15\,000 + 5\,000 + 13\,000 = 39\,000 \text{ руб.}$$

Поскольку доходы и расходы франчайзера мы рассчитывали за первый месяц действия франчайзингового договора, то корректировать их на ставку дисконтирования не целесообразно.

Основываясь на методиках расчета доходов и расходов франчайзера, предложенных автором, можно рассчитать финансовый результат от осуществления франчайзинговых операций (разница между полученными доходами и понесенными расходами) и определить различные показатели рентабельности, такие как рентабельность самого франчайзинга (отношение прибыли к затратам по франчайзинговым операциям), рентабельность франшизы (отношение прибыли к стоимости предоставляемой франшизы). Также данные показатели можно рассмотреть в динамике. Предложенные формулы позволяют видеть структуру доходов и расходов, что в свою очередь дает возможность выявить и рассчитать влияние факторов на формирование данных показателей.

Таким образом, рентабельность франчайзинга рекомендуем рассчитывать по формуле (3.3):

$$R_{\text{ф.}} = \frac{П_{\text{ф.о.}}}{P} * 100, \quad (3)$$

где $R_{\text{ф.}}$ – рентабельность франчайзинга;

$П_{\text{ф.о.}}$ – прибыль от франчайзинговых операций;

P – расходы франчайзера, связанные с осуществлением франчайзинга.

Соответственно, рентабельность самой франшизы рекомендуем рассчитывать по формуле (4):

$$R_{\text{ф.}} = \frac{\text{П}_{\text{ф.о.}}}{\text{С}_{\text{ф}}} * 100, \quad (4)$$

где $R_{\text{ф.}}$ – рентабельность франшизы;
 $\text{П}_{\text{ф.о.}}$ – прибыль от франчайзинговых операций;
 $\text{С}_{\text{ф.}}$ – себестоимость франшизы, предоставляемой в пользование.

Таким образом, расчет предлагаемых показателей (доходы, расходы от франчайзинговых операций, финансовый результат и рентабельность), сформированных на основе данных бухгалтерского учета, учитывающих специфику франчайзинга, позволяет осуществить анализ эффективности франчайзинга и принять управленческие решения о целесообразности его дальнейшего использования либо расширения.

В результатах анализа эффективности деятельности франчайзи заинтересовано два субъекта: как само предприятие-франчайзи с целью оценки целесообразности использования франчайзинга в своей деятельности, так и предприятие-франчайзер с целью оценки эффективности развития своей франчайзинговой сети и планировании своих доходов, поступающих от франчайзи.

Оценка может производиться по двум направлениям:

- 1) в области маркетинга и клиентов;
- 2) финансовые показатели.

Для оценки эффективности в области маркетинга рекомендуем рассматривать следующие показатели:

- рост оборота в % к предыдущему периоду;
- рост клиентуры в % к предыдущему периоду.

Данные показатели целесообразно сравнивать как с предыдущим годом, так и с плановыми значениями, прогнозируемыми франчайзером.

При оценке финансовых аспектов деятельности франчайзи целесообразно рассматривать такие показатели, как:

- доходы, полученные от франчайзинговых операций;
- расходы по франчайзинговым операциям;
- рентабельность франчайзи.

Как отмечалось нами выше, данные показатели лежат в основе анализа эффективности любого вида деятельности и служат основанием для расчета прочих показателей. Так же основываясь на методиках учета франчайзинговых операций, предложенных автором, в учете формируется достоверная информация для формирования именно данных показателей.

Доход франчайзи будет представлять собой выручку либо от реализации продукции, произведенной по технологии франчайзера при производственном франчайзинге, либо выручку от реализации товаров при товарном франчайзинге, либо выручку от оказания услуг при сервисном франчайзинге. Данный показатель не нуждается в особом расчете и формируется по данным бухгалтерского учета. Однако для оценки выручки за весь период действия франчайзингового договора необходимо учитывать

влияния инфляции, т.е. корректировать ее на ставку дисконтирования. Таким образом, доход франчайзи рекомендуем рассчитывать по формуле (5):

$$D_{\text{фр}} = \sum_{t=1}^n \frac{B_t}{(1+r)^t}, \quad (5)$$

где $D_{\text{фр}}$ – доход франчайзи;
 t – период, на который заключен франчайзинговый договор;
 B – выручка франчайзи от франчайзинговых операций;
 r – ставка дисконтирования.

Как описывалось нами выше, номенклатура затрат франчайзи имеет свою специфику и во многом зависит от вида франчайзинга, специфики отношений с франчайзи и особенностей самой франчайзинговой сети. Однако данные расходы целесообразно объединить в следующие статьи:

- предфранчайзинговые затраты, осуществляемые в период подготовки к подписанию франчайзингового договора. Данная статья расходов является единовременной;
- расходы на уплату первоначального взноса или так называемый первоначальный платеж. Данная статья расходов является единовременной, т.к. уплачивается только в начале действия франчайзингового договора;
- расходы периодические. К данной статье целесообразно отнести все виды периодических платежей, уплачиваемых франчайзи. Например, текущие платежи, отчисления в рекламный фонд, аренда оборудования франчайзера и т.д. Как указывалось выше, состав и размер данных платежей может быть различным и оговаривается во франчайзинговом договоре;
- расходы на обучение. Данную статью расходов целесообразно выделить отдельно, поскольку в построении любого вида франчайзинговой сети уделяется большое внимание набору и обучению персонала и за консультацию и услуги в этом вопросе франчайзи может платить не только франчайзеру, но и сторонним организациям.
- прочие расходы. К данной статье целесообразно отнести все прочие расходы, связанные непосредственно с производством франчайзинговой продукции, либо с продажей товаров и оказанию услуг в рамках франчайзинга.

Таким образом, расходы франчайзи будут рассчитываться по формуле (6):

$$P_{\text{фр}} = P_{\text{первонач}} + P_{\text{предфр}} + \sum_{i=1}^n \frac{P_{\text{периодич}}}{(1+r)^t} + \sum_{i=1}^n \frac{P_{\text{обуч}}}{(1+r)^t} + \sum_{i=1}^n \frac{P_{\text{прочие}}}{(1+r)^t} \quad (6)$$

где $P_{\text{фр}}$ – расходы франчайзи;
 $P_{\text{первонач}}$ – расходы франчайзи первоначальные (сумма первоначального платежа);
 $P_{\text{предфр}}$ – сумма предфранчайзинговых расходов;
 $P_{\text{периодич}}$ – расходы франчайзи периодические (сумма периодических платежей);
 $P_{\text{обуч}}$ – расходы на обучение персонала;
 $P_{\text{прочие}}$ – прочие расходы франчайзи.

Таким образом, предлагаемая методика анализа эффективности франчайзи позволяет, учитывая специфические особенности франчайзинга, достоверно рассчитать и объективно оценить показатели деятельности франчайзи.