

АНАЛИТИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ФРАНЧАЙЗИНГОМ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

Любимова Е.М.

*Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования «МИРЭА – Российский технологический университет»*

Аннотация: Франчайзинг – это система взаимовыгодных партнерских отношений, возникающих между продавцом и покупателем франшизы. В обязанности франчайзера входит ведение статистической отчетности для анализа результатов деятельности франчайзи. Можно выделить четыре способа ведения отчетности, которые отличаются между собой степенью использования возможностей инновационной экономики. Наилучший способ, дающий конкурентные преимущества на рынке, характеризуется крупным инвестированием в современные технологии.

Ключевые слова: франчайзинг, цифровая экономика, ведение отчетности

В современных рыночных отношениях активно процветает бизнес-система франчайзинга. Черты такой бизнес-модели зародились в 50-х годах двадцатого века, однако в России она стала развиваться относительно недавно, лишь в девяностых годах. Так в 2020 году количество франшиз выросло на 16% за последний год и достигло 2600 единиц [2]. На рисунке 1 наблюдается стремительный рост числа франшиз на территории России. Однако у многих российских индивидуальных предпринимателей до сих пор нет четкого понимания, что такое франшиза и как происходит ведение бизнеса в рамках франшизы, поэтому в Российской Федерации франчайзинг многогранен и различен. Лишь 25% существующих франшиз устойчивы и прибыльны. Более того, термин «франчайзинг» не закреплен российским законодательством. Отношения сторон оформляются договором коммерческой концессии, которые урегулированы только главой 54 Гражданского Кодекса РФ и правилами главы 7 «О лицензионном договоре» [1]. Франчайзинг – это система взаимовыгодных партнерских отношений, возникающих между продавцом и покупателем франшизы, где под франшизой понимается готовая модель ведения бизнеса. За разовые взносы (паушальный платеж) и периодические выплаты (роялти) франчайзи получает все необходимые инструкции от франчайзера, который, в свою очередь, помимо финансовой выгоды, развивает узнаваемость своего бизнеса, увеличивая масштабы сети [2]. Данная бизнес-модель отлично подходит начинающим предпринимателям, ведь они получают в пользование готовый бизнес, тем самым уменьшают риски.

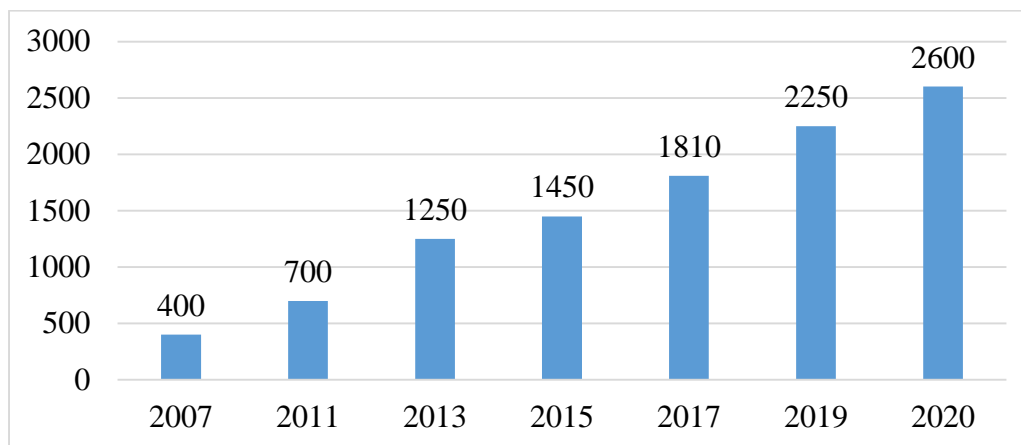


Рис.1 – Количество франшиз в России (на начало года), единицы

В данной статье рассмотрены способы ведения аналитической отчетности франчайзера, то есть продавца франшизы. Помимо предоставления всех франшизных составляющих (бренд, дизайн-проект, помощь с регистрацией компании, обучение и подбор персонала, скидки поставщиков, маркетинг, ноу-хау, IT-составляющая) главная компания должна вести различные аналитические, бухгалтерские и статистические учеты для контроля деятельности франшизных филиалов. Инновационные технологии и технический прогресс не проходят мимо франшизного бизнеса и способствуют более качественному учету показателей деятельности филиалов, современному ведению документооборота, а также сбору статистических данных для аналитики бизнеса в целом. Однако не каждая компания, особенно малого и среднего бизнеса, может позволить себе потратить большую часть бюджета на инвестиции в современные технологии. Рассмотрим различные инструменты и способы учета деятельности франшиз, которыми пользуются главные компании в настоящее время в России. Определим сначала базовые атрибуты, которые будут демонстрировать результаты работы филиала:

1. Финансовые показатели деятельности (ежемесячный оборот, наличие задолженностей перед франчайзером и партнерами, чистая прибыль филиала)
2. Количество клиентов
3. Трафик пользователей на сайте и в социальных сетях
4. Сравнение фактических результатов с плановыми

По вышеперечисленным количественным атрибутам компания-франчайзер может считать и сравнивать результаты деятельности филиалов. Существуют также качественные атрибуты. Так, например, франчайзер может уделять внимание частоте взаимодействия филиала с главной компанией, сравнивать активность и амбициозность основателей франшиз, следить за способами продвижения компании, уделять внимание соблюдению ценностей компании и многое другое (на усмотрения владельца главной компании). Главной трудностью для франчайзера является сбор достоверной статистической информации количественных атрибутов, показывающих результаты деятельности филиалов и всей сети в целом. Добросовестный франчайзер уделяет этим данным огромное внимание, так как именно по ним происходит оценка развития бизнеса и строятся дальнейшие планы по его развитию. Стоит отметить, что одной из главных проблем получения этих

данных является безответственность франчайзи, которые не предоставляют или предоставляют неточную информацию главной компании.

Рассмотрим рабочие варианты сбора количественной информации для аналитики. Первый способ подразумевает под собой ежемесячное заполнение франчайзи отчетов в формате Excel или doc файлов и их отправка по электронной почте представителю со стороны главного офиса. Этот простой способ требует минимальных денежных затрат на использование технического оборудования (достаточно иметь ПК и установленный пакет Microsoft Office). Минусами являются высокие затраты человеческих ресурсов и времени, а именно: ручное заполнение отчетов франчайзи, сбор сотрудником главного офиса всех полученных отчетов в одном месте и дальнейшее подведение итогов. В первом способе не используются современные автоматические технологии для статистического учета и анализа.

Вторым способом является модификация первого, а именно использование вместо файлов Excel онлайн документы, например, Гугл таблицы (Google Sheets). В данном случае франчайзи ежемесячно заполняет уже заготовленную главным офисом Гугл форму (Google Form), все полученные ответы фиксируются и собираются в одной таблице. Данное программное обеспечение бесплатное, время на обработку полученных отчетов сократилось, следовательно, уменьшилось использование человеческих ресурсов. Способ добавил автоматизацию и сократил обязанности сотрудника главного офиса, но технический прогресс и инновации позволяют рассмотреть более автоматизированные способы ведения отчетности.

Перейдем к способам, которые требуют денежных вложений от главной компании. Третий способ включает в себя создание собственной платформы для фиксирования деятельности предприятия. Это может быть купленное у другой организации ИТ-решение или же созданная под себя платформа администрирования. Так, например, сеть пиццерий «Додо» создала облачную систему управления пиццерией «Додо ИС», где каждый руководитель видит свою пиццерию на фоне других и анализирует свои показатели. В данном случае компания инвестировала в разработку собственного ИТ-решения, стала лидером в своей сфере и активно продает свои франшизы. При использовании своей платформы минимизируются временные затраты на заполнение и ведение отчетности, так как все количественные данные фиксируются в собственной базе данных автоматически при совершении сделок. Для дальнейшего анализа данных остается использовать уже встроенные аналитические функции собственной платформы.

Можно ограничиться простейшим анализом результатов компании, однако существует четвертый способ. В него входит добавление к третьему способу использование специальных статистических программных обеспечений для более подробного анализа данных. Для такой аналитики потребуется сотрудник, который будет иметь знания статистики и анализа данных в бизнесе. Существующую базу данных компании можно подключить к сторонним сервисам, например, к Tableau или IBM SPSS и в реальном времени проводить все аналитические процедуры. Данный способ будет еще более затратным, так как дополнительные сервисы требуют денежных вложений, однако полученный анализ даст полную картину результатов, что повысит конкурентоспособность компании на рынке.

Цифровая экономика также повлияла и на ведение документооборота между франчайзи и главной компанией. Ситуация в 2020 году с введением дистанционного режима работы усилила необходимость компаний в переходе на электронную систему документооборота вместо отправки документов по почте. Так, например, компания «Диадок», которая ведет электронный документооборот, стала активно сотрудничать с франшизами.

Подводя итоги стоит отметить, что большинство компаний на российском рынке используют первые два способа, которые не влекут за собой больших финансовых затрат и вложений. Однако существует множество примеров, когда существенные вложения в современные технологии и инновационные решения приводят к успешному развитию и сохранению лидерских позиций на рынке.

Список используемой литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 N 51-ФЗ (ред. от 08.12.2020). Глава 54. «Наименование, место нахождения и адрес юридического лица»
2. Каталог франшиз и консультирующий интернет-портал. URL: <https://franshiza.ru/>