

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ИННОВАЦИОННАЯ ПРЕДПОСЫЛКА К ПОВЫШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛОГО БИЗНЕСА В СФЕРЕ УСЛУГ

FRANCHISING AS AN INNOVATIVE PREREQUISITE FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF SMALL BUSINESS IN THE SERVICE SECTOR

Авторы: Лискина Валерия Александровна (Уфимский государственный авиационный технический университет)

Аннотация: Данная статья посвящена исследованию предпосылок повышения эффективности деятельности малого предприятия в сфере услуг. Были выявлены основные негативные моменты в инновационной деятельности предприятий России, а в частности, Республики Башкортостан, представлено одно из решений данных проблем, такое как сотрудничество малого бизнеса с крупным по системе франчайзинга.

Ключевые слова: малое предприятие, сфера услуг, инновационная деятельность, сотрудничество, франчайзинг

Annotation: This article is devoted to the study of the prerequisites for improving the efficiency of innovative activities of a small enterprise in the service sector. The main negative aspects in the innovative activities of Russian enterprises, and in particular the Republic of Bashkortostan, were identified, one of the solutions to these problems was presented, such as the cooperation of small businesses with large franchising systems.

Keywords: small business, services, innovation, cooperation, franchising

В настоящее время сфера услуг стала предпосылкой для качественного роста экономики развитых и развивающихся стран, формируя новые рабочие места и создавая общемировую глобализацию за счет разработки общей информационной площадки, оказывающей влияние на жизнедеятельность каждого индивида. По этой причине необходим непрерывный поиск путей ее развития и совершенствования.

Одна из ключевых ролей в данном аспекте отведена малым предприятиям, которые, благодаря механизмам своей деятельности, могут быстро реагировать на спрос потребителей рынка услуг, добавляя его современными и необходимыми услугами высокого качества.

В современном мире инновации – способ, при котором предприятия развиваются на технологическом уровне, укрепляют свою рыночную позицию, базирующуюся на внушительном конкурентном преимуществе. Процессы инновационной деятельности крайне важны для развития малого бизнеса, поскольку он является ключевым источником нововведений, генератором новых открытий, и его наличие формирует некие предпосылки к инновационному развитию экономики[2].

На сегодняшний день деятельность российских фирм, относящихся к малому бизнесу, в отношении использования на производстве высокоэффективных инновационных технологий находится на низком, по сравнению с развитыми странами, уровне[3]. В таблице 1 представлена статистика предприятий Республики Башкортостан, занимающихся инновационной деятельностью.

Таблица 1

Уровень инновационной активности организаций

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Инновационная активность предприятий (удельный вес предприятий, занимающихся технологическими, организационными, маркетинговыми инновациями в отчетном году, в общем числе обследованных предприятий), процентов	11,1	13,5	13,1	12,3	10,4	9,1	7,3	7,4	6,6

Как мы видим, с каждым годом происходит снижение инновационной активности. Возможно, что причиной этого весьма негативного факта является достаточно невысокая скорость окупаемости применения современных технологий, что делает такие инвестиции довольно рискованными[4].

Что касается низкой инновационной активности малых предприятий, то минимизировать риски высоких затрат, некупаемости технологий и т.д. можно путем сотрудничества с крупным предприятием. Наиболее удачной формой взаимодействия является франчайзинг

Развитие франчайзинга в России могло бы увеличить инновационную деятельность, внедрения новые современные технологии, модели ведения бизнеса и способствовать росту деловой культуры в сфере услуг. Далее можно рассмотреть наиболее важные составные части понятия «инновационный франчайзинг» [5].

1. Франчайзинг – мотивация к внедрению инноваций. Предъявляемые к франчайзи условия увеличивают личные возможности предпринимателей, меняют их взгляд на качество профессиональных навыков, помогают совершенствованию их способностей и знаний, что способствует росту инноваций как внутри конкретной франчайзинговой системы, так и вне ее.

В основе франшизной системы находится доверие потребителя к бренду,

соответственно, бренд – значимый ресурс, дающий конкурентное преимущество всей сети, поскольку идеи, лежащие в основе работы франчайзинговых фирм, с легкостью могут быть копированы, что свойственно именно сфере услуг.

2. Дополнительная прибыль от франчайзинга может быть использована на внедрение инноваций. Использование франчайзинга снижает расходы, увеличивает результативность рекламы, внедрения технических и технологических новшеств, повышает выручку и прибыль компаний, что в комплексе помогает развитию сферы услуг и экономики в целом.

3. Ну и наконец, инновационный франчайзинг. Франчайзинговые сети выступают в роли каналов трансфера инноваций, в которых компания-франчайзер является разработчиком инноваций, а компания-франчайзи выступает в качестве их потребителя.

Подведя итог, можно сделать вывод, что сотрудничество малого и крупного бизнеса в форме франчайзинга является весьма вероятной возможностью не только сохранения, но и увеличения доходов. Данная система ведения бизнеса выгодна для обеих сторон экономических отношений, как для франчайзера, так и для франчайзи. Сотрудничество, несомненно, благоприятно воздействует на развитие сферы услуг и экономики в целом.

Список литературы

1. Лисин Б., Фридлянов Б. Инновационный потенциал как фактор развития // Межгосударственное социально-экономическое исследование. – 2012. – С.124-128

2. Сурин, А. В., Молчанова, О. П. Инновационный менеджмент / А. В. Сурин, О. П. Молчанова. – М.: ННФРА-М, 2008. – С.366

3. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Башкортостан [электронный ресурс] <https://bashstat.gks.ru/> (дата обращения 20.01.2020)

4. Панина М.Ю. Малый инновационный бизнес в России: тенденции развития, проблемы // международный научный журнал «Инновационная наука» - №6. – 2016. - ISSN 2410-6070

5. Колинченко М.В. Франчайзинг как эффективная форма инновационного развития сферы услуг // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2014. – С. 42-47