

мально плавно (с 15% на 15,2%) что бы максимально поддержать тем самым товарооборот в розничной торговле мелких городов, поселков и деревень, социально значимых для страны в целом.

**Библиографический список:**

1. Балабанов И.Т. «Банки и банковское дело», С.Петербург 2002 г., 481 с.
2. Жарковская Е.А., Арендс И.С. «Банковское дело», Москва 2002 г. 357 с.
3. Воронина В.П., Федосова С.П. «Деньги. Банки. Кредит», Москва 2000 г., 425 с.
4. [http://file-rf.ru/?gclid=CO\\_WiL3B\\_K4CFcsm3godN1B\\_2Q](http://file-rf.ru/?gclid=CO_WiL3B_K4CFcsm3godN1B_2Q)

**EFFECT OF INCREASING INTEREST RATES ON  
LOANS TO TRADE IN RETAIL TRADE**

*Fomicheva T.A., Nuretdinov I.G.*

*Keywords: Interest rates, economy, credit, bank, business, market.*

*The article considers the impact of higher interest rates on loans to the turnover in retail trade. Forecast changes in the state of the Russian economy in 2012.*

**УДК 339**

**ФРАНЧАЙЗИНГ В ПРИВОЛЖСКОМ  
ФЕДЕРАЛЬНОМ ОКРУГЕ**

**А.В. Абрамова, М.А. Герасимова, студентки 4  
курса экономического факультета  
Научный руководитель – Ю.В. Нуретдинова,  
кандидат экономических наук  
ФГБОУ ВПО «Ульяновская государственная  
сельскохозяйственная академия»**

*Ключевые слова: Франчайзинг, франшиза, франчайзеры, бренды*

*Работа посвящена такому понятию, как франчайзинг, который рассматривается на примере Приволжского федерального округа.*

*Данный вид отношений между экономическими субъектами является статистически малоизученной отраслью. Это развитая форма лицензирования, при которой одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) возмездное право действовать от своего имени, используя товарные знаки или бренды франчайзера.*

Российский франчайзинг, несмотря на обилие информации, всё ещё остается статистически малоизученной отраслью. Попытки исследователей измерить его в цифрах чаще всего приводят к появлению не вполне надежных данных, поскольку в статистику попадают лжефраншизы, а так же лишь «анонсированные», развитием которых в действительности франчайзеры по какой-либо причине так и не занялись.

Понятие «франчайзинг» у нас в стране до сих пор законодательно не определено. На рынке немало давно и успешно работающих компаний, которые не заключают со своими партнерами договор франчайзинга (коммерческой концессии), но при этом являются истинными франчайзерами, поскольку оказывают своим франчайзерам весь соответствующий комплекс «поддерживающих» услуг.

Тем не менее можно сделать выводы по итогам 2011 года. Если говорить о новых поступлениях прошлого года, то на рынке появилось около сотни франшиз.

Один из основных трендов – рост доли сферы услуг в общем количестве франшизных систем. Франшизы в торговле по-прежнему преобладают (55% от общего числа), однако их доля постепенно снижается.

Другая тенденция – увеличение количества региональных франшиз. Еще 3-4 года назад региональные франчайзеры присутствовали только в городах – миллионниках. Регионы значительно активизировались: в небольших городах сейчас можно обнаружить по 4 - 5 местных франшиз, в том числе и такие, которые выходят другие регионы.

Эксперты полагают, что регионы и дальше будут отвоевывать всё большую долю рынка. Во многом возникновение собственных франшиз способствуют местные программы поддержки предпринимателей и традиционные производства и ремесла.

Важная тенденция последнего года – развитие российских франшиз и некоторое снижение доли иностранных брендов. Это объясняется: 1. Интересной иностранной концепцией, которая не имеет сильного бренда в России, дешевле клонировать и дешевле адаптировать для нашей страны, чем покупать мастер – франшизу у иностранцев. Это справедливо для сфер услуг. 2. Растет количество российских франшиз основанных на собственном производстве и дистрибуции.

Сегодня франчайзинг рассматривают не только как способ разви-

тия собственного бизнеса, но и как инструмент вывода своей продукции в другие регионы.

В свою очередь российские бренды продолжают выходить за пределы России. Например, сети магазинов Магнит активно развивается в странах СНГ, магазины Оранжевый слон (товары для детского творчества) вышла на рынок латинской Америки, компания «Экспедиция» открыла первые магазины подарков и товаров для путешествий в малой Азии и странах Ближнего Востока.

Государство активно стимулирует развитие франчайзинга. За 2011 год внесено много изменений в гражданский кодекс РФ. Также имеется множество программ государственного субсидирования.

#### **ПРИВОЛЖСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ОКРУГ.**

Бурное развитие франчайзинга в ПФО, вызванное интересом к региону со стороны общенациональных франчайзеров и резким всплеском активности местных предпринимателей привело к тому, что округ стал своего рода полем битвы за франчайзи. Однако в регионе есть и заповедные уголки, где не ступала нога франчайзера.

Лидером франчайзингового роста является Нижний Новгород. На сегодняшний день в городе отмечают всплеск предпринимательской активности. В городе представлена примерно половина всех франчайзеров, Работающих на территории России. В области 9 местных франчайзеров, три из которых ведут свое развитие и за пределами региона. До не давнего времени существовала еще одна сеть из 48 магазинов, но год назад она перешла под крыло сети магазинов «Копейка». В настоящее время идет процесс ребрэндинга магазинов «Эконты». Возможно, данное поглощение станет не последней битвой за Нижегородский рынок. Постоянно растет интерес местных предпринимателей к франчайзинговому направлению, особенно фаст-фуда.

Самарскую область можно назвать колыбелью Приволжского франчайзинга. Большинство франшизных предприятий в самаре появилось гораздо раньше, чем Ниж. Новгороде. На сегодняшний день в Самаре представлено большинство Российских франчайзеров, присутствуют и оригинальные местные концепции. В целом Самарский рынок франчайзинга можно считать достаточно насыщенным. По количеству франчайзи в ПФО Самара уступает только Казани. Не смотря на свою насыщенность самарский франчайзинг довольно сильно диверсифицирован, и в ряде секторов (включая фастфуд) рынок франшиз может принять довольно тбольшое количество участников.

В Перми франчайзинг стал активно развиваться ещё с 2000 года. И хотя здесь темпы роста сохраняются на высоком уровне,врядли в обо-

зримом будущем следует ожидать новых крупных франшиз. Причины такого не утешительного прогноза – относительная насыщенность рынка Перми при существующем дефиците торговых площадей.

В Башкортостане франчайзинг развивается довольно давно, причем местные власти несколько лет назад активно заманивали в район франчайзеров, предлагали им значительные льготы. Однако темпы развития башкирского франчайзинга вообще и Уфимского в частности, сейчас уже не такие высокие на фоне конкурентов. В целом рынок Уфы и Башкирии вполне в состоянии принять много новых участников – пока что доля брендовых компаний в розничной торговле, общепите и услугах составляет республике всего 6 %.

В настоящее время в центре Татарстана идет резкий рост числа франшизных операторов. По количеству франчайзи на душу населения Казань уступает сейчас только Калининграду. Некоторые местные концепции оказались уже вытесненными с рынка.

Респ. Мордовия – одна из наиболее развита по фр. в Поволжье. Не считая АЗС и агрессивно завоёвывающей приволжский рынок «копейки», Мордовии присутствуют только «Спортландия» и «Эльдорадо», имеющих магазины в Саранске.

В Чувашии развитие франчайзинга пока идет медленными темпами. Это странно, ведь у региона отличный экономический потенциал, а Чебоксары вполне готовы к появлению большого количества франчайзеров.

Так же существует много компаний, которые предоставляют «бизнес под ключ». При этом следует отметить, что название «компания-франчайзинга» не означает, что компания все свои мощности предлагает для франчайзинга, она может некоторое количество объектов иметь и в своей «личной» собственности.

Например, 15% ресторанов Макдонольсав мире принадлежат непосредственно компании макдонольским корпорациям, все остальные являются собственностью национальных дистрибьютеров. Условия их очень жесткие – договором регламентируются такие мелочи, как цветная гамма и размер столиков.

Вследствие запускасети универсамов «Пятёрочка» началось активное освоение региональных рынков России и стран СНГ. Такие торговые магазины нашли свое распространение в Ульяновске, Саратове, Волгограде, Самаре, Казани, Ярославле, Перми. Успехи франчайзи «Пятёрочка» в разные годы были отмечены различными наградами: лауреатом премии «Человек торговли», стали управляющие франчайзинговых сетей Самары, Ульяновска. Сети городов Самары, Волгограда, Казани

стали победителями рейтинга «ТОП – 200 российской розничной торговли», лауреатом конкурса «Золотой метр», который проводился Евразийским Институтом мерчандайзера стали сети магазинов «Пятёрочка» в городах Казань и Уфа.

На конец 2010 года сети магазинов «Пятёрочка» функционировали в 10 субъектах РФ, а количество универсамов «Пятёрочка» в их составе достигло 607, в том числе: Башкирские сети – 51, Ульяновские сети – 41, Саратовские сети – 86, Волгоградские сети – 117, Самарские сети – 80, Татарские сети – 89.

X5 RetailGroup приступила к реализации новой стратегии развития франчайзинга, в качестве основного направления который был принят обратным торговым франчайзингом, так как он в наибольшей мере позволяет сохранить и поддерживать стандарты передаваемых партнерам бизнес- модели. [1]

Не франчайзи выплачивает франчайзиру вознаграждение в виде роялти за использование комплекса исключительных прав, а наоборот франчайзер выплачивает франчайзи агентское вознаграждение за оказываемые ему услуги по реализации товаров в магазине франчайзи.

Франшиза «Хорошие новости» открыла две торговые точки в городе Ульяновске. Магазины были открыты в рамках франчайзинговой компании, которая началась в июне 2009 года. В конце 2010 года в торговых центрах «Энтерра» и «СтройГрад» разместились магазины «Хорошие новости», в которых можно найти широкий выбор прессы и обширный набор сопутствующих товаров. Теперь франчайзинговая сеть «Хорошие новости» предлагает своим покупателям также напитки и продукты.

В 2011 году планировалось открытие двух минимагазинов в торговых центрах города Ульяновска. Франчайзи была выбрана компания «Перспектив Медиа», работающая в издательском бизнесе Ульяновска с 2000 года. В число проектов издательского дома входят принт-издания «Работа для вас», «Куда пойти учиться в городе Ульяновске», «Дыхание Земли», а также интернет-агентство «КаСтудия».

*Библиографический список:*

1. [www.franchaizing.ru](http://www.franchaizing.ru)
2. [www.agro-ul.ru](http://www.agro-ul.ru)
3. [www.econom73.ru](http://www.econom73.ru)
4. [ulgov.ru](http://ulgov.ru)

## FRANCHISING IN THE VOLGA FEDERAL DISTRICT

*A.V. Abramova, M.A. Gerasimova, student of economics course 4  
Supervisor-u.v. Nuretdinova, Ph.d.  
FGBOU VPO "Ulyanovsk State Agricultural Academy"*

*Keywords: Franchising, franchise, franchisers work, brands*

*The work was devoted to such a concept as a franchise, which is considered an example of privolzhskiy Federal District. This kind of relationship between economic operators is a poorly understood industry. An advanced form of Licensing, in which one party (franchiser) provides the other party (franchisee) as the right to act on their own behalf, using trademarks or brands of the Franchiser.*

## МЕСТО И РОЛЬ НАУКИ И ОБРАЗОВАНИЯ В ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ МОДЕРНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА

*А.Е. Хайдукова, 1 курс, факультет трансферных специальностей  
Научный руководитель – к.э.н. Г.Г. Зотова  
ФГОУ ВПО «Ульяновский государственный университет»*

*Развитие АПК вчера и сегодня. Модернизация, наука и образование, как «точки выхода».*

Судьбу экономических реформ решают реформаторские кадры. Для успешной трансформации национальной экономики недостаточно только разработок четких программ, необходимо так же выдвижение грамотных, разбирающихся в экономических проблемах специалистов на различные уровни управленческой вертикали.

В историю России, как один из наиболее заметных политических деятелей начала XX века, наряду с С.Ю.Витте, М.В.Родзянко, П.Н.Милюковым, вошел П.А.Столыпин. Будучи министром внутренних дел, он провел ряд важнейших реформ в экономике, управлении и общественной жизни, направленных на сохранение существовавшего государственного строя, стабилизацию революционной ситуации в стране. Одно из приоритетных направлений в его политике занимал аграрный вопрос, решение которого он видел в насаждении основ капитализма в