

УДК 330.1(075.8)  
ББК 65.01я73  
Н30

Рецензент - доктор экономических наук, профессор Н.И. Парусимова

**Наровлянская, Т.Н.**  
Н 30 Франчайзинг как институт трансформационной экономики: учебное пособие / Т.Н. Наровлянская, Н.П. Щепачева, К.П. Алушкина; Оренбургский гос. ун-т. – Оренбург: ОГУ, 2015. – 139 с.

ISBN 978-5-7410-1339-7

Учебное пособие предназначено для самостоятельной работы студентов, в том числе для подготовки к семинарским занятиям по дисциплине «Институциональный анализ трансформационной экономики», «Институциональный анализ рынков», «Институциональная теория рынков» обучающихся по направлению подготовки 38.04.01 Экономика, магистерская программа «Институты российской экономики».

УДК 330.1(075.8)

ББК 65.01я73

ISBN 978-5-7410-1339-7

© Наровлянская Т.Н.,

Щепачева Н.П.,

Алушкина К.П., 2015

© ОГУ, 2015

## Содержание

Введение.....	5
1 Теоретический анализ системы франчайзинга как формы развития малого и среднего бизнеса .....	7
1.1 Экономическое содержание франчайзинговых отношений.....	7
1.2 Франчайзинг как особая форма институциональных соглашений в сфере малого и среднего бизнеса.....	22
1.3 Анализ практики франчайзинговых отношений в странах с развитой рыночной экономикой.....	33
1.4 Вопросы для самопроверки .....	44
2 Франчайзинг как институт трансформационной экономики.....	45
2.1 Необходимость и преимущества франчайзинга для малых и средних предприятий в российской экономике.....	45
2.2 Формы франчайзинга в трансформационной экономике .....	62
2.3 Вопросы для самопроверки .....	74
3 Институциональные условия развития франчайзинга в системе малого и среднего бизнеса.....	75
3.1 Разрешение противоречий франчайзинговых отношений для малых и средних предприятий в российской экономике.....	75
3.2 Модель франчайзинговых соглашений для предприятий среднего и малого бизнеса.....	84
3.3 Вопросы для самопроверки .....	99
Заключение.....	100
Список использованных источников.....	105
Приложение А Эволюция системы франчайзинга.....	110
Приложение Б Определение понятия «франчайзинг».....	111
Приложение В Функциональные особенности франчайзинга.....	112
Приложение Г Схема взаимодействия сторон по договору франчайзинга.....	113
Приложение Д Выгоды и издержки субъектов франчайзингового соглашения... ..	114
Приложение Е Принципы организации франчайзинговой формы бизнеса .....	116
Приложение Ж Формы франчайзинга .....	117
Приложение И Сравнительная характеристика видов франчайзинга.....	118
Приложение К Сравнительная характеристика форм франчайзинга .....	119
Приложение Л Агентская модель отношений между субъектами франчайзинга. ..	120
Приложение М Распределение прав собственности во франчайзинговых соглашениях .....	121
Приложение Н Ассоциации франчайзинга в развитых странах .....	122
Приложение П Роль франчайзинга в экономике страны .....	123
Приложение Р Экономические показатели франчайзинга в США .....	124
Приложение С Структура издержек обращения розничного магазина по сравнению с франчайзинговым магазином .....	125

Приложение Т Анализ мотивации субъектов франчайзинговых соглашений ....	126
Приложение У Институты способствующие развитию франчайзинга в России и Оренбургской области .....	127
Приложение Ф Причины, сдерживающие развитие франчайзинга в России .....	130
Приложение Х Динамика количества франшизных систем в России в 1995-2010 гг. ....	131
Приложение Ш Договора, заключенные между франчайзером и франчайзи на российском рынке .....	132
Приложение Щ Структура российского франчайзинга по видам деятельности в 2010 г. ....	133
Приложение Э Сравнение франчайзинга и представительств.....	134
Приложение Ю Сравнение франчайзинга и комбинированной модели.....	135
Приложение Я Социально-экономическое значение франчайзинга в парадигме институциональной и неинституциональной экономической теории .....	136
Приложение 1 Качества характера потенциального франчайзи .....	137
Приложение 2 Зависимость открытия франчайзинговых точек от сезонности продаж по отраслям экономики .....	138