

ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО ФРАНЧАЙЗИНГА В СФЕРЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

© 2009 Т.Е. Федорова*

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, франшиза, доходность, инвестиции, соглашение, дисконтирование, роялти, добавленная стоимость, средневзвешенная стоимость капитала.

Предлагается использовать показатель экономической добавленной стоимости для определения эффективности применения производственного франчайзинга в автомобильной промышленности, а также вариант определения необходимости использования производственного франчайзинга в сфере автомобилестроения в виде проведения сравнительного анализа показателей экономической добавленной стоимости разных инвестиционных проектов. Обосновывается целесообразность предлагаемого показателя для оценки эффективности договоров франчайзинга, так как инвесторы или собственники организации должны получить норму возврата за принятый риск, и данный показатель отражает возможность получения прибыли от применения производственного франчайзинга в автомобильной промышленности.

Современная автомобильная промышленность - это промышленные комплексы, охватывающие производство не только машин, но также их комплектующих, деталей, узлов, двигателей и т.д. и имеющие свои представительства и сервисные центры в различных уголках мира.

Состояние автопрома всегда считается показателем стабильности и устойчивости экономики страны. Если население способно приобретать автомобили, это характеризует его платежеспособность и экономическую устойчивость. Ведь в первую очередь человек стремится восполнить свои физиологические потребности, а лишь потом обеспечить себе комфорт передвижения. Поэтому, когда в стране возникают финансовые сложности, первыми под удар попадают крупные промышленные предприятия, и в частности автомобилестроительные.

Чтобы быть готовыми к различным колебаниям в мировой экономике, предприятия автомобильной промышленности находятся в постоянном поиске новых способов организации своей деятельности. Одним из них может являться такой вид отношений, как производственный франчайзинг. Франчайзинговые отношения способствуют продвижению автомобилестроительного бизнеса на рынках различных государств, где производственные и покупательские ниши не заполнены соответствующей продукцией, а местные производители недостаточно профессиональны в таком про-

изводстве, или отсутствуют вовсе. Таким образом, производитель и правообладатель укрепляет свои позиции на мировом рынке, а покупатель франшизы приобретает опыт производства конкурентоспособной продукции.

Согласно договору производственного франчайзинга, правообладатель (франчайзер) передает право на использование технологии производства продукции под его товарным знаком, с применением оборудования франчайзера пользователю (франчайзи) на определенное время, а также осуществляет обучение персонала основным навыкам производства и контроль за ведением деятельности под его именем. В свою очередь за данный пакет прав и услуг, именуемый франшизой, франчайзи выплачивает единовременный платеж за ее приобретение и в последующем проценты с прибыли (роялти) от осуществления франчайзинговой деятельности.

Производственный франчайзинг распространен среди мелких или средних организаций. Но если его применяют крупные компании, то это в основном предприятия пищевой промышленности. А на предприятиях автомобильного комплекса на данный момент преобладают договоры промышленной сборки, согласно которым предприятия производят автомобили из базовых комплектующих, ввозимых в Россию на льготных условиях иностранными партнерами.

* Федорова Татьяна Евгеньевна, соискатель, Балаковский институт экономики и бизнеса (филиал) Саратовского государственного социально-экономического университета. E-mail: tati2206@yandex.ru.

Однако в соответствии с договорами международного производственного франчайзинга производители - правополучатели франшизы также могут производить продукцию на базе комплектующих предприятия-правообладателя, использовать его оборудование и получать дополнительную информацию о технологии производства автомобилей, как и при договоре промышленной сборки. Но в этом случае солидарную ответственность за изготовленную продукцию по договору производственного франчайзинга будет нести и правообладатель, под торговым знаком которого производятся автомобили. Тем самым создаются условия для повышения качества производимой продукции и ее конкурентоспособности. Ужесточение контроля над правополучателем франшизы, отличает франчайзинг от традиционного договора промышленной сборки, согласно которому за качество отвечает лишь завод, производящий сборку.

В настоящее время в нашей стране недостаточно развита нормативно-правовая база по защите интересов правообладателей на товарный знак, поэтому для организаций - мировых лидеров автопрома нежелательна передача секретов производства и сборки автомобилей, а также прав на их торговые знаки российским предприятиям. Поэтому производственный франчайзинг недостаточно развит в этой сфере.

Однако такая форма договорных отношений способна оказать поддержку в развитии отечественных предприятий автомобильного производства, обеспечивая организацию изготовления различных деталей, узлов и комплектующих, являющихся базой для производства основного вида продукции этих предприятий. Не исключается из возможных вариантов развития автомобильной промышленности и возможность сборки непосредственно автомобилей по договорам производственного франчайзинга.

Для обоснования выбора способов организации производственной деятельности необходимо проводить тщательный анализ всех возможных вариантов. Одними из важнейших показателей, служащих ориентирами для этого, являются показатели финансовой устойчивости предприятия.

Классификацию критериев для оценки финансовой устойчивости предприятий автомобильной промышленности можно рассматривать в разрезе ее индикаторов или производственной, технической, социальной, стратегической и экономической характеристик. Каждый из подхо-

дов должен найти количественное выражение через соответствующие группы показателей¹.

Рассматривая эффективность использования капитала компании в автомобильной промышленности через экономические показатели, в первую очередь необходимо оценить доходность различных инвестиционных проектов. Так, производственный франчайзинг предполагает сокращение капитальных затрат, которые возникают в виде инвестиционных вложений в проект. В ходе анализа необходимо учесть, что уровень капитальных затрат, возникающих при реализации договора производственного франчайзинга, будет изначально ниже, чем уровень инвестиционных затрат, связанных с развитием иного варианта проекта, в частности режима промышленной сборки.

Перспективным показателем, который можно использовать для осуществления финансового анализа затрат по различным проектам, является показатель экономической добавленной стоимости (*EVA* - Economic Value Added), под которым понимается прибыль от основной деятельности за вычетом налогов, уменьшенная на затраты на капитал (собственный и заемный). Основной формулой для расчета показателя *EVA* является следующая:

$$EVA = (P - T) - IC \cdot WACC,$$

где *P* - прибыль от обычной деятельности; *T* - налоги и другие обязательные платежи; *IC* - инвестированный в предприятие капитал (т.е. сумма пассива баланса за вычетом беспроцентных краткосрочных кредиторских обязательств); *WACC* - средневзвешенная цена капитала.

Данный показатель можно использовать и при определении эффективности создания и функционирования нового производства по договору франчайзинга. Такой договор можно рассматривать как инвестиционный проект, сопоставимый с другим вариантом проекта - договором промышленной сборки, который является его конкурентной альтернативой. По мнению автора, при определении эффективности инвестиционных вложений во франчайзинговую деятельность необходимо произвести сравнительный анализ нескольких показателей *EVA*, один из которых будет рассчитываться для определения отдачи капитала от инвестирования в деятельность по договору промышленной сборки (*EVA₁*), осуществляемую предприятием на данный момент, а второй показа-

тель будет отражать эффективное использование капитала через получение нормы возврата, компенсирующей риск от инвестиционной деятельности, связанный с производственным франчайзингом (EVA_2). Другими словами, для принятия решения капитал компании, вложенный во франчайзинговую деятельность, должен обеспечивать более высокую норму возврата по сравнению со схожими инвестиционными проектами на рынках капитала.

Для расчета показателя EVA_1 необходимо использовать прибыль от основной деятельности по договору промышленной сборки за вычетом налогов и других обязательных платежей, но до выплаты процентов за кредит и дивидендов. Это связано с тем, что на этот показатель не должны оказывать влияние доходы и расходы, не связанные с текущей деятельностью компании. Поэтому данные проценты вместе с дивидендами вычитаются из чистой прибыли отдельно как плата за привлечение капитала.

Показатель $WACC$ используется для дисконтирования потоков инвестированного капитала. Его можно определить по формуле

$$WACC = Ks \cdot Ws + Kd \cdot Wd,$$

где Ks - стоимость собственного капитала;

Ws - доля собственного капитала по балансу;

Kd - стоимость заемного капитала;

Wd - доля заемного капитала по балансу.

По мнению автора, при расчете средневзвешенной цены капитала, вложенного в проект промышленной сборки (показатель $WACC_1$), кроме собственного капитала, необходимо отдельно отражать и долгосрочные и краткосрочные займы и кредиты, связанные с приобретением комплектующих, узлов и деталей у иностранных поставщиков, а также для покрытия дополнительных расходов, связанных со сборкой, сваркой и покраской автомобилей, производимых на территории РФ под торговым именем иностранных компаний. При этом понятие "долгосрочный", по мнению автора, в литературе несколько размыто. Формально, исходя из финансовой отчетности, долгосрочными являются займы со сроками от одного года и более. Несмотря на это, по нашему мнению, при проведении углубленного анализа для принятия решения о том, является ли конкретный заем или кредит долгосрочным, надо выяснить во что он инвестирован - в оборотный капитал или внеоборотный. Если во внеоборотный, то этот заем можно считать долго-

срочным; если в оборотный капитал, то необходимо дополнительно выяснить период оборачиваемости оборотного капитала и длительность производственного цикла: если эти параметры меньше срока, на который был предоставлен займ, то последний также можно отнести к долгосрочному, а если больше, то нельзя. Краткосрочные кредиты для приобретения комплектующих изделий и агрегатов к автомобилям, оборудования для осуществления производства, необходимо также учитывать при расчете показателя EVA_1 , так как такие краткосрочные обязательства имеют существенную долю в инвестиционном капитале, вносимом в деятельность согласно договору промышленной сборки.

Таким образом, показатель экономической добавленной стоимости (EVA_1) для инвестиционного проекта режима промышленной сборки будет рассчитываться следующим образом:

$$EVA_1 = (P - T) - IC \cdot WACC_1,$$

где P - прибыль от деятельности по договору промышленной сборки; T - налоги и другие обязательные платежи; IC - инвестированный в предприятие капитал (т.е. сумма пассива баланса за вычетом беспроцентных краткосрочных кредиторских обязательств); $WACC_1$ - средневзвешенная цена капитала, инвестированного в режим промышленной сборки.

А сам показатель $WACC_1$, в свою очередь, целесообразно определять по формуле

$$WACC_1 = Ksi \cdot Wsi + Kdi \cdot Wdi,$$

где Ksi - стоимость собственного капитала в варианте проекта с приобретением узлов и комплектующих у иностранного партнера; Wsi - доля собственного капитала в варианте проекта с приобретением узлов и комплектующих у иностранного партнера по балансу; Kdi - стоимость заемного капитала в варианте проекта с приобретением узлов и комплектующих у иностранного партнера; Wdi - доля заемного капитала в варианте проекта с приобретением узлов и комплектующих у иностранного партнера по балансу.

Для проведения сравнительного анализа при расчете показателя EVA_2 необходимо определить абсолютную прибыль, которую организация может получить в связи с осуществлением франчайзинговой деятельности.

Значительную долю расходов при франчайзинговых отношениях составляют затраты

на приобретение франчайзингового пакета, или франшизы, включающей в себя документацию по ведению работ, производства и реализации готовой продукции. В связи с этим при расчете средневзвешенной стоимости капитала необходимо учитывать инвестируемый капитал, по мнению автора, в качестве собственных и заемных инвестиций на приобретение франчайзингового пакета и для финансирования дополнительных расходов, связанных с открытием производства по договору франчайзинга.

Таким образом, средневзвешенная стоимость капитала инвестированного в проект производственного франчайзинга, по мнению автора, рассчитывается следующим образом:

$$WACC_2 = (Efr/K) \cdot y + (Dfr/K) \cdot b,$$

где y - требуемая или ожидаемая доходность от собственного капитала; b - требуемая или ожидаемая доходность от заемных средств; Efr - сумма собственного капитала в варианте проекта производственного франчайзинга; Dfr - сумма заемных средств в варианте проекта производственного франчайзинга; K - сумма всего инвестированного капитала.

А показатель экономической добавленной стоимости (EVA_2) для инвестиционного проекта производственного франчайзинга, по мнению автора, будет выглядеть как:

$$EVA_2 = P - IC \cdot WACC_2,$$

где P - абсолютная прибыль, которую можно получить от использования производственного франчайзинга; IC - инвестированный в предприятие капитал; $WACC_2$ - средневзвешенная цена инвестированного капитала согласно договору производственного франчайзинга.

Инвестированный капитал в деятельность по договору франчайзинга, по мнению автора, рассчитывается как сумма собственных инвестиций, под которым понимаются инвестиции предприятия, используемые для покупки франчайзингового пакета, а так же для налаживания и осуществления производства автомобилей, и долгосрочные и краткосрочные кредиты и займы, полученные для развития этого бизнеса.

Если в результате проведенного анализа показатель EVA_2 будет превышать значение показателя EVA_1 , то это будет говорить о том, что проект по договору франчайзинга явля-

ется более привлекательным по сравнению с инвестиционным проектом, направленным на оптимизацию основного производства.

Целью управления стоимостью инвестиционного проекта по договорам франчайзинга на основе показателя EVA является создание такой стоимости для инвестора, когда норма прибыли превышает средневзвешенную стоимость использованного капитала в денежном выражении. Другими словами, добавленная стоимость возникает в том случае, если рентабельность активов компании превышает средневзвешенные затраты на капитал.

Таким образом, основная идея автора статьи, обосновывающая целесообразность сравнения показателей EVA для оценки эффективности договоров франчайзинга, состоит в том, что инвесторы или собственники организации должны получить норму возврата за принятый риск. Если этого не происходит, то отсутствует реальная прибыль собственников или инвесторов компании и они не видят в этом случае выгоды от инвестиционной деятельности.

Показатель EVA может служить удобным индикатором качества принятия управленческих решений по выбору инвестиционных проектов. Положительная величина EVA характеризует эффективное использование капитала во франчайзинговый проект, либо в проект производства автомобилей по режиму промышленно сборки. Если значение EVA равно нулю, то это характеризует что собственники капитала компании фактически получили норму возврата, компенсирующую риск, однако при этом инвесторы не получают дохода. Отрицательная величина EVA характеризует неэффективное использование капитала и говорит о снижении стоимости компании.

Таким образом, сравнив показатели EVA по двум инвестиционным проектам, инвесторы могут предварительно понять какой вариант развития бизнеса действительно будет рентабельным и сократит ли внедрение производственного франчайзинга как перспективного вида отношений между участниками автопромышленного комплекса затраты, связанные с производством качественных автомобилей.

¹ Бабич А.А. Методика комплексной оценки финансовой устойчивости автотранспортных организаций // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. Самара, 2008. № 7 (45). С. 10-15.