

Нетрадиционные формы организации бизнеса

ЛИЗИНГ

Что такое лизинг?

- Лизинг (англ. leasing от англ. to lease — сдать в аренду) - одна из форм кредита, при которой происходит передача объекта собственности в долгосрочную аренду с последующим правом выкупа и возврата.
- Лизинг - это совокупность экономических и правовых отношений, в соответствии с которой лизингодатель обязуется приобрести в собственность указанное лизингополучателем имущество у определенного им продавца и предоставить лизингополучателю это имущество за плату во временное владение и пользование с правом последующего выкупа.
- В мировой практике широко распространён потребительский лизинг (Договор может предусматривать, что выбор продавца и приобретаемого имущества делает лизингодатель. Лизингополучатель может изначально являться собственником имущества)

Предметом лизинга

Могут быть:

- Предприятия
- Здания
- Сооружения
- Оборудование
- Транспортные средства
- Спецтехника
- Средства связи

Не могут быть:

- Земельные участки
- Природные объекты
- Имущество, которое федеральными законами запрещено для свободного обращения или для которого установлен особый порядок обращения (например, оружие)



Основные участники лизинговой сделки

- Лизингополучатель (Клиент, как правило, ЮЛ)
- Лизингодатель (Коммерческий банк или иная кредитная небанковская организация и т.п.)
- Поставщик (Продавец оборудования: пром. предприятие, риэлтерская компания, авто-производитель или дилер и т.п.)
- Страховщик (В принципе, любая страховая компания)

КЛАССИЧЕСКАЯ МОДЕЛЬ ЛИЗИНГОВОЙ СДЕЛКИ:



Схема проведения лизинговой операции



1) На первом этапе производится выбор поставщика



2) Производится оценка финансовой устойчивости лизингополучателя;



3) Заключается договор о лизинге;



4) Производятся выплаты первоначального взноса;

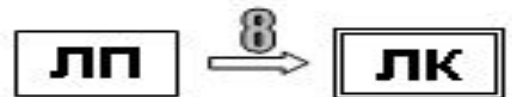
5) На этом этапе происходит получение лизинговой компанией кредита в банке;



6) Приобретение лизингодателем товара в собственность;



7) Происходит передача прав на владение товаром;



8) Производятся выплаты в течение срока лизинга;



9) Происходит выкуп по остаточной стоимости;

ЛП – лизингополучатель
ЛК – лизинговая компания
П – поставщик (или продавец)
Б – обслуживающий Банк

Виды лизинга

1. Финансовый лизинг (финансовая аренда) - срок договора лизинга сравним со сроком полезного использования объекта лизинга
2. Операционный (оперативный) лизинг - срок договора лизинга существенно меньше срока полезного использования объекта лизинга
3. Возвратный лизинг - продавец лизингового имущества одновременно является лизингополучателем. Фактически, это форма получения кредита под залог производственных фондов и получения дополнительного экономического эффекта от различий в налогообложении.

Экономическая целесообразность лизинга

- Снижение налоговой нагрузки предприятия
- Сокращение расходов предприятия
- Возможность приобрести необходимое оборудование в кратчайшие сроки
- Техническое сопровождение со стороны поставщика (реже лизингодателя)
- Возможность пополнения оборотных средств (возвратный лизинг)
- Возможность применения механизма ускоренной амортизации к предмету лизинга (с коэффициентом ускорения до 3-х)

Вывод

- Лизинг является гибким и выгодным финансовым инструментом, если использовать все налоговые преимущества

Франчайзинг

Определение.

Франчайзинг— вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчайзер) передаёт другой стороне (франчайзи) за плату (роялти) право на определённый вид бизнеса, используя разработанную бизнес-модель его ведения. Это развитая форма лицензирования, при которой одна сторона (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) возмездное право действовать от своего имени, используя товарные знаки и/или бренды франчайзера.

Признаки франчайзинга.

- франчайзер получает отчисления за использование своего товарного знака;
- франчайзи выплачивает начальный взнос за право стать частью системы;
- франчайзер предоставляет франчайзи систему ведения бизнеса.

Признаки франчайзинга.

- франчайзер получает отчисления за использование своего товарного знака;
- франчайзи выплачивает начальный взнос за право стать частью системы;
- франчайзер предоставляет франчайзи систему ведения бизнеса.

Прототип

- Прототипом современной системы франчайзинга принято считать систему продаж и обслуживания швейных машин Зингера. Начиная с 1851 года, фирма Зингера заключала с дистрибьюторами товара письменный договор на передачу франшизы, договором передавалось право на продажу и ремонт швейных машинок на определённой территории Соединенных Штатов.



Бизнес формат

- В 1945 году Рэй Крок, будущий основатель компании McDonald's, заинтересовался причинами популярности одного небольшого ресторана в San Bernardino на Западе США. В результате он обратился к владельцам успешного ресторана и вскоре получил лицензию на право купли-продажи таких же ресторанов. В 1955 году Рэй Крок основал компанию McDonald's System, Inc., которая является родоначальником франчайзинга бизнес формата, то есть франчайзинга в его современном виде, когда вместе с франшизой передается целая система ведения бизнеса.



Франчайзинг по российскому праву

В российском законодательстве отношения франчайзинга регулируются договором коммерческой концессии.

Договор коммерческой концессии предусматривает использование комплекса исключительных прав, деловой репутации и коммерческого опыта правообладателя в определённом объёме (в частности, с установлением минимального и (или) максимального объёма использования), с указанием или без указания территории использования применительно к определённой сфере предпринимательской деятельности (продаже товаров, полученных от правообладателя или произведённых пользователем, осуществлению иной торговой деятельности, выполнению работ, оказанию услуг).

Сторонами по договору коммерческой концессии могут быть коммерческие организации и граждане, зарегистрированные в качестве индивидуальных предпринимателей.

Преимущества для франчайзи

- Использование проверенной бизнес-системы
- Возможность открыть собственное дело
- Возможность выбора отрасли
- Возможность снизить риски
- Удачный выход на рынок обеспечен
- Минимальные затраты на рекламу и маркетинг
- Получение доступа к базе знаний франчайзера
- Гарантированная система поставок

Преимущества для франчайзеров

- Получение гарантировано-стабильного объема продаж своей продукции
- Возможность стабилизировать свой доход
- Возможность развития новых направлений
- Отсутствие ряда расходов(наём и обучение персонала, контроль качества)

Недостатки франчайзинга

- Франчайзи вынуждены следовать правилам и ограничениям, установленным франчайзером, даже если они не приносят максимальной пользы бизнесу.
- Франчайзи часто обязаны закупать сырье и продукцию у поставщиков, назначенных франчайзером, что может ограничивать их доступ к свободному рынку и вынуждать покупать сырье и продукцию по завышенным ценам.
- Для франчайзи могут быть установлены жесткие ограничения на выход из бизнеса, включая запрет на открытие конкурирующих организаций в течение определенного срока или на определенной территории.
- Франчайзи редко могут оказать влияние на вопросы централизованного маркетинга и рекламы, но при этом могут быть вынуждены оплачивать централизованные маркетинговые и рекламные кампании. Таким образом, их средства могут использоваться не в их лучших интересах.

«Бизнес под ключ»

- Вопреки расхожему мнению, только 15 % ресторанов McDonald's в мире принадлежат непосредственно компании «McDonald's Corporation», все остальные являются собственностью генеральных (национальных) дистрибьютеров (франчайзи). Условия использования очень жесткие — договором регламентируются такие мелочи, как цветовая гамма и размер столиков.
- Известный производитель спортивной одежды Columbia sportswear company в настоящее время полностью перешел на продажи по франчайзингу. Условия использования не очень жесткие, главные требования — наличие торговой площади не менее 100 кв. м. в отдельно стоящем здании на проходной торговой улице или в торговом центре и стартовая закупка товара минимум на \$80 тыс.
- В России франчайзинговой деятельностью известны компании 1С (в 2012 году насчитывается около 4 500 франчайзи[2]), X5 Retail Group — 690 крупных магазинов-франчайзи («Пятёрочка», «Перекрёсток», «Копейка») в 2011 году

ФАКТОРИНГ

Определение

- **Факторинг** – это комплекс услуг для производителей и поставщиков, ведущих торговую деятельность на условиях отсрочки платежа.



Лица, участвующие в операции факторинга

- **фактор** (факторинговая компания или банк)
— покупатель требования.
- **поставщик** товара (кредитор).
- **покупатель** товара (дебитор).



Схема факторинга

1. Поставка
2. Покупка
3. Платёж
4. Перечисление средств

Виды факторинга

Существует несколько разных классификаций факторинга и факторинговых услуг. Приведем некоторые из них:

- **ПО СТЕПЕНИ РИСКА**

1. **Факторинг с регрессом** (англ. *recourse factoring*) — вид факторинга, при котором фактор приобретает у клиента право на все суммы, причитающиеся от должника. Однако в случае невозможности взыскания с должника сумм в полном объёме, клиент переуступивший долг, обязан возместить фактору недостающие денежные средства.
2. **Факторинг без регресса** (англ. *non recourse factoring*) — вид факторинга, при котором фактор приобретает у клиента право на все суммы, причитающиеся от должника. При невозможности взыскания с должника сумм в полном объёме факторинговая компания потерпит убытки (правда, в рамках выплаченного финансирования клиенту).

Виды факторинга

- **ПО УВЕДОМЛЕНИЮ ДЕБИТОРА ОБ УСТУПКЕ**

1. **Открытый** (с уведомлением дебитора об уступке).
2. **Закрытый** (без уведомления).

- **ПО ДЕНЕЖНЫМ ТРЕБОВАНИЯМ**

1. **Реальный** (денежное требование существует на момент подписания договора).
2. **Консенсуальный** (денежное требование возникает в будущем).

- **ПО КОЛИЧЕСТВУ ФАКТОРОВ**

1. **Прямой** (один фактор).
2. **Взаимный** (два фактора).

Преимущества факторинга

- Благодаря договору факторинга **поставщик может сразу получить от фактора плату за отгруженный товар**, что позволяет ему не дожидаться оплаты от покупателя и планировать свои финансовые потоки. => **обеспечение предприятия реальными денежными средствами => ускорение оборота капитала, повышение доли производительного капитала и увеличение доходности.**
- При факторинге **банк покрывает значительную часть рисков поставщика**: валютные, процентные, кредитные и ликвидные риски.
- **Кредитор, заключая договор факторинга, получает возможность вернуть долг через более длительный срок по сравнению с коммерческим кредитом.**
- **Коммерческие банки и факторинговые компании расширяют с помощью факторинга круг оказываемых услуг и увеличивают размеры прибылей.**

Преимущества факторинга перед кредитом

1. **Залоговое обеспечение.** В отличие от кредитования, где необходимо в большинстве случаев обязательное материальное залоговое обеспечение (основные средства, товары в обороте, сырье и прочее), при операциях факторинга обеспечением выступает дебиторская задолженность компании.
2. **Оценка финансового состояния.** Жесткие требования к финансовому состоянию компании и качеству финансовой отчетности в меньшей степени влияют на положительное решение вопроса при факторинге, чем при кредитовании. Факторинговые компании в большей степени интересуются качеством и диверсификацией дебиторской задолженности поставщика.

Преимущества факторинга перед кредитом

- 3. Гибкая схема работы.** В отличие от кредитования, факторинг не связывает так руки финансовым директорам жесткими временными рамками (при кредитовании в основном используется единовременная или по утвержденному графику выборка кредитных средств и аналогичное погашение). Факторинговое финансирование осуществляется по факту отгрузки товара одобренным дебиторам и фактически пропорционально объему продаж. Погашение же факторингового финансирования осуществляется в момент оплаты отгруженного товара дебиторами.
- 4. Высокие темпы роста продаж.** Более «гибкое» и постоянное финансирование при факторинге в совокупности с эффективным управлением дебиторской задолженностью позволяет более высокими темпами увеличивать товароборот компании. По факту отгрузки товара в адрес одобренных дебиторов финансируется 90% от суммы каждой поставки. Таким образом, объем финансирования растет пропорционально объему продаж.

Спасибо за внимание!