



Нурай Рауф кызы Рза-заде

UOT: 330; JEL: M29.

## Проблемы установления кооперативных связей в Азербайджане

### Резюме

В статье исследуется проблема кооперации, а именно, таких ее форм взаимовыгодного и эффективного сотрудничества, как аутсорсинг, субконтрактинг, франчайзинг, появившихся на рынке и заслуживающих внимания для внедрения их в сервисные предприятия Азербайджана, обуславливается необходимость и всевозрастающий интерес предприятий сферы услуг к разработке, внедрению инноваций и инновационному развитию, раскрываются проблемы, возникающих у отечественных предприятий сферы услуг, в процессе установления сотрудничества на основе кооперации.

**Ключевые слова:** инновационное развитие, кооперация, франчайзинг, субконтрактинг, аутсорсинг.

### Введение

Особенность современной действительности заключается и в том, что услуги в ней присутствуют везде, они обстоятельно и насыщенно входят практически во все социальные и производственные виды деятельности. Сегодня решение проблем, связанных с разносторонним и активным инновационным развитием сферы услуг, различных ее звеньев, групп услуг, организаций, сервисных составляющих, несет исключительно актуальный характер. Как свидетельствуют исследования различных авторов, результативность деятельности и эффективность развития различных бизнес-структур предопределяется нижеследующими факторами: спецификой видов деятельности и их комбинацией; масштабами и размерами деятельности; организационной структурой; местонахождением; организационной культурой; ценами на услуги; уровнем сервиса; составом и квалификацией персонала.

### Основная часть

На современном этапе формирования инновационного развития сервисных предприятий определяющее значение приобретает фактор наличия кооперационных связей. [5, с.165]. Основанная на специализации кооперация предполагает перекрестную предпринимательскую деятельность одновременно нескольких субъектов хозяйствования. Кооперация содействует снижению затрат производства и способствует повышению конкурентоспособности участников кооперации. Сегодня в экономике развитых стран функционируют около 120 видов кооперативов и их разновидностей: аутсорсинг, совместное производство, франчайзинг, промышленные кластеры, субконтрактинг, поставка оборудования и их комплектующих для предприятий и др. Наиболее популярными видами кооперации в сфере услуг являются аутсорсинг, субконтрактинг, франчайзинг [3, с.202].



Аутсорсинг–делегирование непрофильных функций предприятия другим организациям, специализирующим в конкретной области и обладающим соответствующим опытом, знаниями и техническим оснащением [1, с.12]. Процесс участия предприятий в системе аутсорсинга носит продолжительный характер и гарантирует бесперебойность работы отдельных систем и инфраструктуры. Исходя от целей и задач предприятий, от сферы их деятельности процессы, передаваемые сторонним компаниям, различаются друг от друга. К особо востребованным видам аутсорсинга в сфере услуг относятся: аутсорсинг учетных функций, аутсорсинг информационных технологий, аутсорсинг обслуживания, процессный аутсорсинг, аутсорсинг основных бизнес-процессов, аутсорсинг вспомогательных бизнес-процессов, аутсорсинг бизнес-процессов управления. Аутсорсинг в Азербайджане менее популярен, нежели в западных странах. Местный бизнес психологически пока не готов делегировать часть функций третьим лицам, когда как в западных странах это привычная практика. Однако, у нас в стране малый и средний бизнес прибегает к услугам аутсорсинга по бухгалтерии, HR аутсорсинга.

Так, ООО «AZCONSULT GROUP» и независимые аутсорсеры FCHAIN Corporation, наряду с бухгалтерскими услугами, предлагают услуги по аутсорсингу кадрового делопроизводства, тем самым дают возможность собственникам компаний отказаться от выполнения непрофильных функций предприятия, которые при этом необходимы для обеспечения его эффективной работы [6;7]. Практика деятельности аутсорсинговых компаний, в анализируемой нами отрасли, продемонстрировала его очевидные преимущества:

- ✎ сокращение затрат предприятия за счет передачи непрофильных функций;
- ✎ освобождение значительной суммы денежных средств, в результате прекращения их вложения во второстепенные функции;
- ✎ фокусирование на основных целях бизнес-деятельности;
- ✎ возможность мобилизации высококомпетентных и квалифицированных специалистов в узкой сфере и получения доступа к новейшим технологиям;
- ✎ наличие высокой степени ответственности компании - исполнителя за качество производимых услуг.

Наряду с этим, сервисные предприятия, применяющие в своей деятельности принцип аутсорсинга, подвергаются определенному риску в связи с:

- ✎ допустимостью передачи излишних функций поставщикам услуг;
- ✎ утраты части собственных возможностей и ресурсов;
- ✎ вероятностью утечки информации и появлению нового конкурента, пользующегося в своих целях опытом и знаниями компании - исполнителя.

Для ограничения негативных эффектов предприятиям необходимо непрерывно совершенствовать собственное производство, прослеживать сервисные операции аутсорсеров и безотлагательно принимать меры при зарождении проблем. Продолжительный синергизм на принципах аутсорсинга с индивидуальными предпринимателями либо с компаниями, выступающими в качестве аутсорсеров,



способствует существенному облегчению работы по ремонту оборудования и техники, снижению транспортных расходов, скорому продвижению товара на рынок, а также содействует закрытию вакансий на должность бухгалтера, юриста, маркетолога, рекламного агента и т.д.

Одним из наиболее распространенных видов кооперации является субконтрактинг. Он характеризуется как исходный вид кооперации, в процессе которого одна компания (контрактор) поручает другой (субконтрактору) осуществить производство некоторого вида продукции (деталей, комплектующих, НИОКР) согласно предъявленным требованиям [2,с.28]. Данный вид сотрудничества способен обеспечить высокий уровень эффективности предприятий сферы услуг, вследствие рационального использования имеющихся ресурсов. Изучение деятельности сервисных предприятий, сотрудничающих в рамках данного вида кооперации, позволяет нам обособить и ряд проблем, с которыми могут столкнуться эти компании:

- ⊗ недобросовестность компаньонов при выполнении своих обязательств: (несвоевременное или некачественное выполнение договоренностей; манипулирование ценой после выполнения заказа;
- ⊗ отказ от исполнения принятого заказа;
- ⊗ отсутствие согласованного порядка приема заказов.

Еще одним широко распространенным видом кооперации в сфере услуг, в частности, в сфере развлечений и туризма, в Азербайджане является франчайзинг. Сотрудничество в рамках данного вида кооперации предъявляет завышенные требования в отношении качества оказания услуг. Это требует от пользователя франшизы оказывать услуги, качество которых строго соответствует качеству услуг, оказываемых самим правообладателем, оказывать потребителям дополнительные услуги, на которое они могли бы рассчитывать, приобретая услуги у франчайзера. Развитие малого и среднего бизнеса – является важнейшим условием роста ненефтяных отраслей экономики Азербайджана, в частности, анализируемой нами, сферы услуг. На сегодняшний день развитие малого и среднего бизнеса в нашей стране сопровождается определенными трудностями. Так, данные статистики свидетельствуют о том, что в Азербайджане в 2016 году действовало 83 тыс., малых предприятий, что составило около 79,7% от общего количества действующих частных предприятий. Однако, несмотря на такое значительное число, их доля в ВВП Азербайджана составила около 5,8%, а в статистике доходов лишь 0,7%. В соответствии стратегическим дорожным картам Азербайджана, до 2020 года доля МСП в ВВП страны должна составлять 15 %, а до 2025 года данный показатель планируется довести до 35 %, после 2025 года предполагается увеличить его до 60%. Проведённое нами исследования выявило следующие основные факторы, оказывающие негативное влияние на развитие МСП:

- ⊗ недостаточность юридических и экономических знаний предпринимателей;
- ⊗ неимение достаточных навыков в бизнесе, необходимых для принятия тактических и стратегических решений;



✎ недостаток финансовых ресурсов, направленных на осуществление маркетинговых исследований и рекламу товаров и услуг;

✎ тяжелая конкурентная борьба с крупными компаниями отрасли.

Стабильность экономического роста Азербайджана не может быть гарантированной, если не увеличится доля малых и средних предприятий в общей численности всех хозяйствующих субъектов. На наш взгляд, наиболее оптимальным менееубыточным решением данной проблемы является франчайзинг. Осуществляемые в стране реформы, по стимулированию предпринимательской деятельности, создают новые перспективы для франчайзинга, который, в свою очередь, будет способствовать нейтрализации вышеуказанных проблем, путем предоставления возможности малому бизнесу не конкурировать с крупными компаниями, а стать их партнёром.

**Таблица 1**

**Наименование известных представителей общественного питания в Азербайджане**

Название бренда	Количество ресторанов в мире/в Азербайджане	Общая стоимость франшизы	Первоначальный взнос	Роялти	Рекламный взнос	Период обучения франчайзиг
McDonald's	36000/12	от 1.008.000\$ до 2.214.080\$	45.000\$	4%	-	12-18 месяцев
KFC	17000/8	1.500.000\$	45.000\$	5%	5%	1-2 месяца
Papa John's	4900/4	300.000\$	25.000\$	5%	8%	1,5-2 месяца

Источник: Составлен автором основываясь на данные из сайтов <https://www.mcdonalds.com/us/en-us.html>, <http://www.kfcfranchise.com/>, <https://www.papajohns.com/franchise/>

В Азербайджане уже имеются мировые брэнды, строящие свои глобальные сети, в основном в двух направлениях, на условиях франчайзинга:

- ✎ сфера общественного питания и фаст-фуда («KFC», «McDonald's», Domino'sPizza», «PizzaHut») (таблица 1);
- ✎ розничная торговля одеждой («United Colors of Benetton», «Tommy Hilfiger», «Mango», «Gloria Jeans», «Collins», «Zara», «Nike», «Adidas» и др.).

**Азербайджане и информация об их франшизах**

Сегодня исследования франчайзингового рынка Азербайджана позволяют нам сделать вывод, что в нем существует ряд проблем, препятствующих его развитие, а именно:

- ⇒ несовершенственная и неполная база азербайджанского законодательства в сфере франчайзинга;
- ⇒ слабая популяризация и низкий уровень распространения информации о франчайзинге, как о прогрессивной форме бизнеса;
- ⇒ незаинтересованность отечественных банков и других кредитных организаций в синергизме с франчайзинговыми системами.



С целью решения выявленных проблем нами предложено следующее: оптимизировать и усовершенствовать нормативно-правовую базу франчайзинга; с целью повышения осведомлённости деловых людей о франчайзинге, регулярно организовывать и проводить выставки, форумы, конференции, популяризирующие данную форму проведения бизнеса; формировать банкам специальные пакеты для франчайзи, благодаря которым они смогут получить кредиты на выгодных условиях. Значимые шагив этом направлении уже начаты. Так, в марте 2018 года в Баку прошел Первый Азербайджанский международный форум по франчайзингу «CaspianFranchiseForum 2018», где были предложены идеи и стратегии Азербайджанского центра франчайзинга для стимулирования франчайзинга в Азербайджане, а именно: проведение исследований, разработка концепций и составление франчайзингового пакета; совершенствование действующих франшиз; популяризация франчайзинга с использованием различных маркетинговых коммуникационных каналов [8]. Таким образом, сотрудничество на основе кооперации дает возможность предприятиям максимально использовать имеющиеся ресурсы и получить дополнительную выгоду от реализации совместных операций на разных стадиях производственных процессов. [4,с.176]. Практика свидетельствует о том, что наши отечественные предприятия сферы услуг все еще ориентируются на свой потенциал: используют собственные ресурсы, создают маркетинговые, рекламные, информационные, транспортные подразделения, в результате чего их инновационная активность не может быть достаточно эффективной и реализуемые проекты не в полной мере находят своих потребителей на рынке. Проблема заключается ещё и в том, что наши сервисные предприятия, как правило, ориентируются на краткосрочную эффективность, не всегда способны найти баланс экономических интересов и в результате реализуют недостаточное число совместных инновационных проектов. Партнерство, как правило, возникает с поставщиками сырья, материалов и комплектующих изделий, но оно не создает принципиально новых сервисных продуктов. Размещение заказов на инновационные исследования в сторонних организациях (консалтинговых компаниях) также характерно лишь для очень небольшого количества сервисных предприятий, причем, как показывает практика, чаще всего они осуществляются предприятиями, которые уже имеют собственные инновационные разработки.

### **Заключение**

Деятельность отечественных сервисных предприятий на основе кооперации позволит им максимально потреблять имеющиеся ресурсы и получать дополнительную выгоду от реализации совместных операций на разных стадиях сервисного процесса, будет способствовать генерации и внедрению новшеств в исследуемой отрасли. Несмотря на преимущества кооперационных связей на примере зарубежного опыта, местные предприятия ещё не полностью готовы к созданию кооперационных связей и следовательно не готовы адаптировать инновационные продукты к своему производству.



### Литература

1. Аникин Б.А., Рудая И.Л. Аутсорсинг и аутстаффинг: высокие технологии менеджмента. М.: ИНФРА-М, 2015.
2. Владынец Н.В. Субконтрактинг как форма производственной кооперации и интеграции управления компании. Журнал «Экономический анализ: теория и практика» 8 (113). 2009.
3. Набасов В.В. Основные направления развития бытовых услуг в системе потребительской кооперации и их экономическое обоснование. Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук. Г. Белгород, БУПК, 2003.
4. Хейвуд Д.Б. Аутсорсинг: в поисках конкурентных преимуществ. М.: Издательский дом «Вильямс», 2010.
5. Чайран Ю.А., Беякова Г. Я. Факторы, влияющие на развитие инновационной деятельности. Креативная экономика, 2014, № 11(95) с.163-170.
6. <https://azconsult.az/services>
7. <https://az.f-chain.com/ru/outsourcing-i-autstaffing/>
8. <https://citiesglobal.com/ua/news/127>

***Nuray Rauf qızı Rza-zadə***  
***Azərbaycanda kooperativ əlaqələrin qurulması problemləri***  
***Xülasə***

*Məqalədə Azərbaycanın xidmət müəssisələrində əməkdaşlıq problemini, qarşılıqlı fayda və subpodratçı, françayzing kimi səmərəli fəaliyyət formalarını araşdırılır. Məqalənin aktuallığı xidmət müəssisələrinin innovativ inkişafında, yeniliklərin tətbiqində, habelə xidmət müəssisələri tərəfindən göstərilən xidmətlərin keyfiyyətinin yüksəldilməsində innovativ texnologiyalarının tətbiqi mexanizmi öz əksini tapır. Xidmət sektorundakı yerli müəssisələr üçün qarşılıqlı faydalı kooperativ əlaqələrin yaradılması, onların innovativ fəaliyyətinin sürətləndirilməsi və yaranan problemlərin həlli istiqamətləri əsas bir şərt kimi qeyd olunur.*

***Açar sözlər:*** *innovativ inkişaf, əməkdaşlıq, françayzing, subpodratçı, outsorsinq*



**Nuray Rauf Rza-zadeh**  
**Problems of establishing cooperative ties in Azerbaijan**

**Summary**

*The article explores the problem of cooperation, namely, such forms of mutually beneficial and effective cooperation, as outsourcing, subcontracting, franchising, emerging on the market and worthy of attention for their introduction into the service enterprises of Azerbaijan, there is a need and increasing interest of service enterprises in development, introduction of innovations and innovative development, the problems arising from domestic service enterprises in the process of establishing cooperation on the basis of cooperation are revealed.*

**Key words:** *innovative development, cooperation, franchising, subcontracting, outsourcing*

**Elmi redaktor:** *i.f.d., dos. Y.Məmmədov*

**Daxil olub:** *21.10.2019.*

**Çapa qəbul olunub:** *25.10.2019.*