

ФРАНЧАЙЗИНГ: ОБЩИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА И РИСКИ

Ризаева Э.Н., ФГАОУ ВПО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина», г. Екатеринбург

В данной статье рассмотрены плюсы и минусы франчайзинга как способа организации бизнеса, риски и эффективность взаимоотношений во франчайзинговой системе. Выявлены и обоснованы основные преимущества франчайзинга, а также риски взаимоотношений во франчайзинговой системе.

Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, франшизодатель, франшизополучатель, маркетинг, рынок, бизнес, репутация, риски, преимущества, товар.

Франчайзинг в РФ начали использовать с середины прошлого века, в основном нефтяные компании, как схему арендных отношений с передачей операторам прав на использование товарного знака. В 1996 году в российском праве появился договор коммерческой концессии, который позднее широко начал применяться. В России франчайзинговый бизнес уже доказал собственную перспективность, ведь именно благодаря франшизе в наши города пришли известные бренды. Количество компаний, начавших работать по франшизе, возросло с 50 в 2001 году до 750 в 2008, что само по себе характеризует востребованность этого формата в России [1].

Что такое франчайзинг?

Не выделяя частностей, франчайзинг — это «аренда» товарного знака или коммерческого обозначения. Российский рынок развивается импульсивно: открываются новые компании, часть из которых неизбежно прогорит. Для того чтобы предприниматели-новички взяли хороший старт и заняли стабильную позицию в выбранном сегменте, и необходимы франшизы — детально продуманные программы по организации бизнеса. Использование франшизы регламентируется договором между франчайзером (тем, кто предоставляет франшизу) и франчайзи (тем, кто её получает). Содержание договора может быть многообразно: от простого до очень сложного, содержащего мельчайшие подробности использования товарного знака. Как правило, в договоре регламентируется сумма отчислений за применение франшизы (фиксированная; единовременная за определённый период; составляющая процент от продаж). Требование отчислений может и

отсутствовать, но в этом случае франчайзи обязуется покупать у франчайзера определенное количество товара, работ или услуг [2]. В Гражданском кодексе РФ (гл. 54) франчайзинг получил название "коммерческая концессия", а его стороны – правообладатель и пользователь [3].

История франчайзинга зарождается в начале 1800 годов, когда была распространена система “связанных домов”, применяемая английскими пивоварами. В 1860 г. по схеме, довольно близкой к франчайзингу работала фабрика «Singer» в Соединенных штатах Америки, специализирующаяся на производстве швейных машинок. Франшиза переходила к предприятиям, осуществляющим сбыт и сервис швейных машин на определенной территории [4].

Сегодня франчайзинг развивается во многих секторах экономики хозяйства. Он признан в мире как наиболее прогрессивная форма ведения бизнеса и широко распространен в зарубежной практике.

В России франчайзинг получил известность с приходом на рынок таких масштабных компаний как «PizzaHut», «Kodak», «McDonalds», «Coca-Cola» и других известных в мире компаний.

Также нельзя не упомянуть сеть кофеен «Шоколадница», которая вошла в «ТОП-100 франшиз России» 2014 года; победитель в номинации «Самая успешная франшиза в HoReCa» в конкурсе Russian Sandwich Awards на выставке International FastFood Fair; член Российской Ассоциации Франчайзинга [5].

Одной из наиболее важных целей РАФ считается обеспечение развития института франчайзинга в России, а также совершенствование правовой и бизнес-среды, в которой действуют предприниматели [6].

Во франшизу можно превратить любой вид бизнеса. Слово «франшиза» пришло в Россию из Америки. В переводе с английского «franchise» означает «лицензия», «привилегия» [7].

Все франшизы объединены такими признаками, как:

- стандартность товара, услуги, работы, предлагаемой по франшизе;
- уникальность товара, услуги, работы, позволяющая им быть конкурентоспособными;
- простота навыков и операций, позволяющая в краткий срок обучить каждого нового владельца франшизы вести бизнес независимо от его образования и опыта;
- высокий уровень рентабельности[8].

Общие преимущества франчайзинга.

Создание и увеличение конкурентоспособности всей сети в целом в сравнении с другими похожими системами – вот главное достоинство франчайзинга. Основой его достижения являются общие цели участников системы, а именно:

- продвижение на рынке;
- достижение идентичности всех участников (франчайзера и франчайзи);
- повышение репутации всей сети.

Плюсом, а еще незаменимым условием считается характер взаимодействия членов сети. Непрерывный информационный обмен повышает вероятность оценить рыночную ситуацию с большой степенью подлинности, таким образом повышая качество стратегического планирования и маркетинга, осуществляя управление инцидентами [4].

Тем не менее, при всех преимуществах франчайзинга нельзя отрицать и существование недостатков. Хотя правильнее говорить о **рисках**. Отметим наиболее важные из них:

Излишняя регламентация системы может привести к блокированию деятельности франчайзи и вероятности развития и роста, что будет ограничивать рост франшизной сети в целом.

Ошибки при формировании договорных отношений имеют все шансы повлечь за собой утрату доверия, снижение уровня репутации, споры, ограничение возможностей развития на определенных территориях и т.д.

Стандарты системы и концепция франчайзинга могут быть недопустимы на определенных территориях. Следствие: неудачи субъектов, присутствующих на этом рынке и потеря репутации к системе.

Невнимательное отношение к информации может привести к «миграции» конкурентоспособных коммерческих идей. Следствие: утрата способности работать на опережение относительно конкурентов.

Достижение успехов сети по существу возможно только в том случае, если франчайзер и франчайзи добиваются своих целей. Успех каждого участника побочно влияет на успех других участников, при этом серьезные проблемы и неудачи любого из них могут радикально подорвать уровень репутации каждого и всей сети в целом со всеми вытекающими последствиями.

Последствием развития франчайзинга может быть ограничение конкуренции в некоторых секторах экономики, что может оказать негативное влияние на франчайзи и привести к повышению риска при выходе на рынок новых организаций, не входящих во франшизную сеть [4].

Эффективность взаимоотношений во франчайзинговой системе.

Отношения между франшизодателем и франшизополучателем считаются первостепенным аспектом успеха франчайзингового предприятия. Но у обеих сторон свои надежды, намерения и планы, вследствие этого необходимо тщательно отбирать франшизополучателей, чтобы идейно сходиться во всем.

Франшизодатель должен быть целеустремленным. Ему первому необходимо одновременно соблюдать все положения франчайзинговой системы. Он должен уметь хорошо общаться и ладить с людьми, так как ему придется контактировать не только с франшизополучателем, но и с клиентами, представителями франчайзера, поставщиками и собственным кадровым составом.

Франчайзер должен разделять общие цели и пути их достижения. Ему необходимо уметь мотивировать сотрудников. Он также принимает на себя моральные обязательства за успех всех франшизополучателей, кто принят во франчайзинговую систему. Ведь один из ключевых вопросов успеха франчайзингового предприятия – это репутация. Франшизополучатель должен понимать то, что франчайзи считаются полноправными партнерами по бизнесу.

Существенную роль играет и моральное удовлетворение от работы. Потенциальному франшизодателю следует потратить немало времени, хорошо обдумывая, нужна ли ему франчайзинговая система. Он должен быть готов вложить большое количество времени и усилий в бизнес, в систему франчайзинга [9].

Позволяет ли франчайзинг минимизировать риски?

Франчайзинг как метод ведения бизнеса имеет двухсотлетнюю историю. В данный промежуток времени устанавливались правила поведения всех участников франчайзинга. Безусловно, в любой сфере можно найти некоторые минусы, ведь безупречного бизнеса, лишённого любого риска, не существует. Но именно франчайзинг сводит риски к минимуму. Франчайзи получает огромный опыт франчайзера, помимо того, что у него есть право пользоваться уже раскрученным брендом. Франчайзи находится под неким наставничеством франчайзера, ведь последнему также финансово выгодно успешное продвижение на рынке своей франшизы и расширение сети представительств своего бренда. Даже многие финансовые учреждения и банки с уважением и большим доверием относятся к сотрудничеству и кредитованию франшизных проектов, несмотря на то, что за плечами у

начинающего предпринимателя практически отсутствует опыт ведения бизнеса [10].

Библиографический список

1. Электронный ресурс: <http://rarf.ru/>
2. Электронный ресурс: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%87%D0%B0%D0%B9%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B3>
3. Гражданский кодекс РФ.
4. Электронный ресурс: <http://franchisetop.ru/istoriya-poyavleniya>
5. Электронный ресурс: <http://shoko.ru/moskva/franchajzing/>
6. Электронный ресурс: <http://rusfranch.ru/>
7. Смирнова Н.К. Масштабирование бизнеса. Создаем франчайзинг в розничной торговле. - С.П. : Питер, 2013. – 336 с.
8. Стажкова М.М. Договор франчайзинга: правовые основы, учет и налоги. - М.: "Статус-Кво 97", 2007. – 80 с.
9. Кац Р.Б. Франчайзинг: построение предприятия, бухгалтерский учет, правовые аспекты. – М. :ГроссМедиаФерлаг: РОСБУХ, 2010. – 192 с.
10. Электронный ресурс: <http://topfranchise.ru/stati/franchajzing-svedite-riski-k-minimumu>