

ФРАНЧАЙЗИНГ

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

В данной статье рассмотрены аспекты ведения бизнеса по договору о коммерческой концессии, а именно франчайзинг. Выделены основные законодательные акты, регулирующие данный вид деятельности, и описаны примеры франчайзинга.

Ключевые слова: франчайзер, коммерческая концессия, франшиза

Франчайзинг (коммерческая концессия) — вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона (франчайзер) передает другой стороне (франчайзи) право на определённый вид бизнеса и разработанную бизнес-модель его ведения (франшизу) или франчайзинговый пакет, который обычно включает пособия по ведению работ и другие важные материалы, принадлежащие франчайзеру [1]. Появление франчайзинга относят к началу 1800 годов, к так называемой системе “связанных домов”, используемой британскими пивоварами. В современном виде система франчайзинга появилась в 1851 году на территории Соединенных Штатов, когда создатель компании «Singer Sewing machine company» Исаак Зингер заключил с дистрибьюторами товара письменный договор на передачу франшизы [2].

Данный договор является примером классической франшизы, которая сегодня широко распространена за рубежом, ее характерными чертами является входной(паушальный) взнос, роялти, регистрация в государственных органах, а также жесткий отбор и контроль франчайзи. В нашей стране такая система мало распространена ввиду менталитета и нежелания подчиняться строгим требованиям франчайзера. Большинство российских предпринимателей предпочитают «свободную франшизу» поскольку она дает полную свободу в организации бизнеса. По своей сути похожа на дилерство, но с товарным знаком, обучением, особыми ценами и условиями. В России и только в России есть особый вид франшизы, называемый «банковской франшизой», которая продается на открываемые, как правило Московскими, банками филиалы в регионах. Самый желанный вид франшизы т.к. банкиром может стать любой бизнесмен без соответствующего образования, а прибыли в десятки раз окупают вложения.

С банковской очень схожа «лицензионная» франшиза, она выдается на другие виды бизнеса и подлежит жесткому лицензированию, но из-за проблем с законодательством мало распространена в РФ [4]. Еще один вид франчайзинга получил развитие в 90-х, в то время было распространено явление импортозамещения, которое заключается в том, что никому не известные компании начинают подражать уже известным на мировом рынке, например, Макдоналдс и российский аналог Ростикс. Сегодня эти компании покупают импортозамещающую франшизу у известных компаний, чтобы работать от их имени. Уже долгое время существует понятие бизнес под ключ, такого рода деятельность обеспечивается «серебряной франшизой».

Суть в том, что франчайзер сам создает филиал и передает права на использование, но за определенный процент. Сюда же относится бизнес в аренду, за исключением того, что прав на филиал у франчайзи нет, он выступает в роли управляющего. И последний, но не по значимости, особый вид франшизы, называемый «золотой» или «мастер-франшизой». Обладая такой франшизой, франчайзи по сути становится субфранчайзером, который может продавать франшизы в своем регионе, тем самым развивая собственную сеть.

Сегодня франчайзинг становится самым популярным и развивающимся бизнесом в России, а объясняется это целым комплексом плюсов как для франчайзера, так и для франчайзи. Первый всегда имеет крупный уже зарекомендовавший себя бизнес, но таких масштабов как например MacDonald's он никогда не достиг бы самостоятельно ведь франчайзи строят торговые точки, тем самым развивая сеть франчайзера, покупают франчайзинговый пакет, платят за консалтинг и маркетинг, а также делают ежемесячные отчисления называемы роялти. Помимо этого, реклама, ведь каждая новая точка повышает узнаваемость всего бренда. Все это в сумме огромная выгода для франчайзера, причем не меньшую выгоду получает и франчайзи. Покупая франшизу, он в первую очередь покупает репутацию и узнаваемость франчайзера, что обеспечивает постоянный поток клиентов, как следствие - доход. К тому же франчайзер передает свой опыт и знания, предостерегает от типичных ошибок и помогает если такие ошибки были допущены. Здесь стоит отметить что другие франчайзеры не являются конкурентами, как если бы человек открыл свой бизнес в схожей сфере, а напротив являются партнерами.

Из всего вышеперечисленного можно сделать вывод что франчайзинг, это идеальная бизнес-модель, имеющая комплекс преимуществ для обоих, но это далеко не так ведь то что является плюсом для одной стороны для другой

минус. Со стороны франчайзи это обязательства, налагаемые франшизой, роялти и зависимость от репутации франчайзера. Франшиза - это всегда строгие обязательства и жесткий контроль, как следствие франчайзи полностью или частично лишается креативности и возможности использовать преимущества региона, в котором работает. Помимо этого, он обязан отчитываться обо все финансовых операциях и отдавать процент выручки франчайзеру. А если последний обанкротится, то франшиза аннулируется, поэтому нужно учитывать экономическую ситуацию на том или ином рынке, а также популярность и перспективность бренда. Если говорить о франчайзере, то стоит отметить недобросовестных франчайзи, конкуренцию и защиту коммерческой тайны. Зачастую франчайзи задерживают выплату взносов или что хуже скрывают часть выручки. Казалось бы, уволить франчайзи не сложно, но это не так, поскольку они имеют защиту со стороны законодательства, которое не позволяет расторгнуть договор франчайзеру. Но даже если франчайзи платит исправно, после завершения договора он может стать прямым конкурентом. Получается это как раз из-за отсутствия креативности, о которой мы говорили. Дело в том, что получив достаточно опыта и знаний человек желает действовать свободно и развивать свой бизнес. И наконец вопрос коммерческой тайны, который стоит остро для тех, кто передает с франшизой секрет производства. В сфере фастфуда это ничего не значит, но если компания продает материал чей состав является секретом, то франчайзи, случайно или намеренно, раскрыв секрет разрушит монополию или конкурентное преимущество франчайзера в сложившемся рынке. Все перечисленные преимущества и недостатки имеют общий характер и относятся к классической франшизе, в других видах представлены частично.

Для российского рынка существует еще одна проблема - законодательство РФ. Дело в том, что отношения коммерческой концессии регулируется гл. 54 ГК РФ, которая упускает важные вопросы организации, ведения и поддержки предпринимательской деятельности. Кроме этого непосредственное отношение к франчайзингу имеет Закон РФ «О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках», который обеспечивает добросовестный характер конкуренции хозяйственных субъектов. Большое значение в управлении коммерческой концессией имеют законы об интеллектуальной собственности, такие как: Закон РФ «О товарных знаках, знаках обслуживания и наименованиях мест происхождения товаров», Патентный закон РФ, Закон РФ «Об авторском праве и смежных правах» [5].

Перечисленные законы определяют признаки каждого объекта интеллектуальной собственности, порядок установления прав на них, порядок использования и передачи другим лицам, способы защиты, в случае нарушения этих прав. Очевидно, что сейчас франчайзинг регулируется различными законами из разных частей ГК РФ, поэтому необходимо создать отдельный, общий федеральный закон, который бы регулировал франчайзинговые отношения в России. На данный момент существует только законопроект «о франчайзинге».

Даже с учетом всех вышеперечисленных сложностей франчайзинг - это перспективный бизнес как в мире, так и в России. По данным 2013г. Россия занимает 4 место в мире по количеству франшиз (1300) с долей ВВП 3,5% находясь на одном уровне с Мексикой, Турцией и Филиппинами, в значительной степени уступая лишь Соединенным Штатам [3]. На сегодняшний день эксперты выделяют 7 факторов, определяющих развитие франчайзинга в России:

- Сокращение сроков регистрации договора с 12 месяцев до 2-4 и размеров госпошлины с 25 тыс. руб. до 13 тыс. руб.
- Программы кредитования на открытие бизнеса по франшизе.
- Увеличение торговых площадей, 1,65 млн. кв. м. на 2013 г.
- Субсидии на создание франшиз в регионе, в частности Татарстан.
- Появление новых концепций франчайзинга, например, франшиза на хостел.
- Активное использование конверсионного франчайзинга – когда владелец уже существующего предприятия похожего профиля присоединяется к сети франчайзера и начинает работать под его контролем и его маркой.
- Прирост франчайзинга за счет иностранных компаний.

В заключение отметим что, франчайзинг это взаимовыгодный, стремительно развивающийся и перспективный бизнес, который, для одних является эффективным способом расширения торговых сетей, для других альтернативой государственной поддержке малого бизнеса.

Библиографический список

1. Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/франчайзинг>
2. Режим доступа <http://franchisetop.ru/istoriya-royavleniya>
3. Режим доступа <http://franshiza.ru/>
4. Режим доступа <http://www.raf.ru/01030001.php>
5. Режим доступа <http://base.garant.ru/10164072/>