

Франчайзинг, как современная форма международного бизнеса и его роль в развитии России

Лазаров Б.А., к.э.н., доцент

Хасигов К.С., магистрант кафедры

«Международные экономические отношения»

ФГБОУВО «Северо-Осетинский государственный университет имени

К.Л.Хетагурова»

e-mail: kazbek9_7@mail.ru

Россия, Владикавказ

Аннотация. В настоящее время используются системы взаимовыгодного партнерства крупного и мелкого предприятия в инновационных формах и методах сотрудничества, таких как франчайзинг. Для экономики России франчайзинг сегодня является относительно новым явлением, в то время как в других странах он практикуется как средство обеспечения потребностей общества в различных товарах и услугах. Таким образом, мы считаем изучение и анализ развития франчайзинга особенно актуален для России.

Ключевые слова: франчайзинг, экономика, бизнес, Россия, проблемы, перспективы, анализ.

Key words: franchising, economy, business, Russia, problems, prospects, analysis.

В мировой практике франчайзинг известен давно. Некоторые специалисты ведут его летоисчисление со Средних веков. Однако в наше время, несмотря на французское имя «франчайзинг» представляет собой чисто американский феномен. Первый широко известный опыт связан с популярным производителем швейных машин, компанией «Зингер», которая организовала по этой схеме сбыт, а главное - послепродажное техническое обслуживание своих изделий. В начале XX в. франчайзинг стал широко применяться американскими производителями автомобилей, поставщиками нефтепродуктов, а также в розливе и сбыте безалкогольных напитков.

По своей сущности франчайзинг представляет собой систему взаимоотношений, заключающуюся в возмездной передаче одной стороной (фирмой, имеющей, как правило, ярко выраженный имидж и высокую репутацию на рынке товаров и услуг) другой стороне (фирме или индивидуальному частному предпринимателю) своих средств индивидуализации производимых товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг (товарный знак или знак обслуживания, фирменный стиль), технологии ведения бизнеса и другой коммерческой информации,

использование которой другой стороной будет содействовать росту и надежному закреплению на рынке товаров и услуг. При этом передающая сторона обязуется оказывать содействие в становлении бизнеса, обеспечивать техническую и консультационную помощь. Приобретающая права сторона производит платежи за право использования в предпринимательской деятельности исключительных прав франчайзера и оказываемые услуги, целью которых является поддержка франчайзи.

Когда франчайзинг только появлялся в России, он развивался медленными темпами, сегодня же эти темпы набирают очень большие обороты. С одной у этого процесса есть минусы: некоторые недобросовестные франчайзеры предлагают своим партнерам едва ли продуманные концепции. С другой стороны, к франчайзингу стали относиться даже позитивнее, чем к открытию собственного бизнеса: франшиза ограждает от многих рисков, констатирует эксперт.

Также одной из тенденций будет введение законодательных инициатив, которые будут более подробно контролировать отношения франчайзи и франчайзера, страхуя от возможности недобросовестной работы одной из сторон.

Франчайзинг в России с каждым годом становится популярнее. Развитие франчайзинга в России сейчас переходит в стадию бурного роста. Такая динамика обусловлена, во-первых, лучшей осведомленностью предпринимателей об этой форме ведения бизнеса. Во-вторых, «помогает» общеэкономический фактор: ситуация такова, что инвесторы предпочитают избегать дополнительных рисков и все чаще присматриваются к франшизам.

Современный большой бизнес всё чаще начинает пользоваться таким способом сотрудничества с малыми предприятиями, тем более, что это помогает первым активно завоёвывать рынок и побеждать конкурентов. Например, при открытии франчайзи по всей стране, фирма франчайзор получает, как дополнительных клиентов, так и дешёвую рекламу. Ведь потребители товара или услуг начинают считать предприятие-франчайзор крупной фирмой, которая имеет свою сеть. Также благодаря ноу-хау и секретам франчайзора, фирма франчайзи может без особых затрат на рекламу, бизнес план или особые разработки добиться отличного как материального результата, так и всеобщей известности на определённой территории.

Рынок франчайзинга в нашей стране оценивается сейчас в \$5 млрд (информация из Российской ассоциации франчайзинга, далее «РАФ»). Есть прогнозы, что к 2025 году точек франшиз будет в 10 раз больше, чем в 2015 (Российская газета, далее «РГ»).

Но пока что бизнес по франшизам даёт в России лишь 1% ВВП, для примера в США франшизы дают 10% ВВП (РАФ). В конце 2015 года в России действовало около 40000 точек франшиз, работало около 1050 франшиз (РГ). Иными словами, перспективы развития франчайзинга в России отличные. Однако проблемы в этой области есть, и они тормозят

развитие. Рассмотрим проблемы и особенности франчайзинга в России: правовая незащищённость франчайзи и «франшизы-пустышки».

В Гражданском кодексе России слова «франчайзинг» нет. В качестве договоров франчайзинга используются договоры коммерческой концессии (ст.1027 ГК). Согласно статье 1027 ГК франчайзер (правообладатель) по отношению к франчайзи (пользователю). Он обязан передать:

- право использовать товарный знак;
- право использовать знак обслуживания;
- права на другие объекты исключительных прав, например, секрет производства.

Тут не указано, что есть какая-то гарантия, что франчайзи будет с помощью этого зарабатывать. И конечно, в главе 54 ГК не идёт речь о юридической и информационной помощи франчайзи со стороны франчайзера. Хотя, в договорах это, конечно, пишут.

Плохо это тем, что франчайзи не защищён. Если он купил «франшизу», которая ему не выгодна (то есть секреты производства— общедоступная информация), то ему придётся доказывать это в суде. И только если он это докажет, суд признает договор недействительным. Суды в России могут идти годами.

Другими словами, глава 54 ГК сильно отстала от реалий. Она не защищает франчайзи. Она не говорит о том, что франчайзи должен зарабатывать деньги, что весь договор коммерческой концессии для франчайзи нацелен на получение прибыли.

И если стороны договора идут в суд, то суд применяет главу 54 ГК и исходит только из того, что там написано. В России существует свобода договора. Это значит, что стороны договора могут написать в этом договоре что угодно (что не запрещено законом, конечно). При этом в ГК описаны разные виды договоров (оказания услуг, подряда, поставки, ренты, лицензионный и т.д.). Если договор, который составили стороны, не подходит ни под один из договоров, описанных в ГК, то такой договор считается смешанным.

Но даже смешанные договоры похожи на какие-то договоры из тех, что указаны в ГК. И если между сторонами такого смешанного договора возникает спор в суде, суду нужно понять, что это за договор из списка тех, что в ГК есть. И решить проблему исходя из этого. К примеру, стороны франшизы заключили договор коммерческой концессии, включив в него положения, которые отсутствуют в главе 54 ГК (об информационной и юридической помощи, например). Это делает договор смешанным договором, а не договором коммерческой концессии. Возникла проблема, и стороны пошли в суд. Суд читает договор и решает, что этот договор не похож на договор коммерческой концессии, ведь в нём есть пункты об информационной и юридической помощи, а в главе 54 этого нет.

Суд решает, что это лицензионный договор. И будет судить так, словно стороны заключили лицензионный договор. А такой договор ещё меньше защищает франчайзи, чем договор коммерческой концессии. Может дойти до

того, что договор коммерческой концессии суды признают договорами оказания услуг или подряда. Это вносит ещё большую юридическую неопределённость, франчайзи ещё меньше защищён.

Также секреты производства, пользование которыми продаётся по франшизе, не регистрируются государством. Это ведёт к тому, что назвать секретом производства можно почти что угодно. И продавать это как франшизу. И никакой гарантии, что эти секреты помогут франчайзи зарабатывать нет.

Конечно, франчайзи должен быть осторожен и внимательно проверять информацию от компании, которая продаёт ему франшизу. Но если франчайзи впервые занимается бизнесом и совершенно не в курсе бизнес-процессов в той или иной области, то обмануть его будет просто. Ведь покупают же франчайзи «франшизы-пустышки». Это ведёт к тому, что есть такие продавцы франшиз, вся деятельность которых состоит в продаже этих самых франшиз. Одна беда: эти франшизы не испытывались самим франчайзером на практике. То есть продаётся бизнес-модель несуществующего бизнеса. И никто не запретит продавать такие «франшизы».

В апреле 2014 года группа депутатов Госдумы внесла на рассмотрение законопроект «О франчайзинге». Цели депутатов были самые лучшие:

- дать понятийный аппарат: что такое франчайзинг, что такое франшиза и т.д.;
- защитить интересы франчайзи;
- обязать франчайзера раскрыть часть информации о франшизе, чтобы франчайзи понимал, что он покупает и т.д.

Законопроект провалился. Депутаты за него не проголосовали. Более того, даже бизнес-сообщество раскритиковало проект закона. Законопроект Федерального Закона «О франчайзинге» был составлен с грубыми нарушениями юридической техники, не учитывающую сложившуюся практику франчайзинга в России.

Франчайзинг в России имеет большие перспективы для развития. В «Российской газете» считают, что к 2025 году точек франшиз может быть в 10 раз больше, чем в 2015 году.

Правовое регулирование франчайзинга в России сильно отстало от реалий. Франчайзи является слабой стороной франшизы, т.к. ничто в Гражданском кодексе не гарантирует, что он может получать прибыль с помощью приобретённой франшизы. Возможна продажа «франшизы-пустышки». Чтобы вернуть деньги за покупку такой франшизы, франчайзи придётся идти в суд.

Ни один из видов договоров, описанных в Гражданском кодексе, не соответствует тому пониманию франшизы, которое существует сейчас в России. Это бьёт по франчайзи, т.к. деньгами рискует он. Необходимо законодательное регулирование франшизы. Оно может быть в форме принятия отдельного Федерального закона, внесения новой главы в Гражданский кодекс или изменения главы 54 Гражданского кодекса.

Пожалуй, одна из самых значительных реформ 2019 года, которая затронет всю экономику и жизнь россиян, - повышение НДС с 18 до 20%. Чтобы избежать резкого роста цен в начале года, власти РФ, например, разбили однократную индексацию тарифов ЖКХ на два этапа. Многие прогнозируют повышение инфляции в начале года и стабилизацию в последующие месяцы.

Тем не менее, франчайзинг является одной из самых перспективных бизнес-технологий современности. Этот способ ведения бизнеса еще называют «торговлей успехом». Эксперты объясняют популярность франчайзинга эффективностью и высокой устойчивостью бизнеса вновь образующихся компаний.

Список использованной литературы

1. Бодина К.В. Проблемы развития франчайзинга как формы предпринимательской деятельности в России // Международный студенческий научный вестник. – 2014. - №1 – С. 66-71
2. Иванов В.А. Пузырев М.Е. Франчайзинг как организационная форма привлечения капитала // Вестник Удмуртского университета. – 2018. - №3. – С. 30-34
3. Колинченко М. В. Франчайзинг как эффективная форма инновационного развития сферы услуг // Современные проблемы сервиса и туризма. — 2018. — № 3. — С. 70–75
4. Пекова А. Л., Ерохин С. Г. Развитие франчайзинга как фактор поддержки малого бизнеса в современных условиях // Молодой ученый. — 2017. — №8. — С. 186-189.
5. Холин Е.С. Франчайзинг: концепция формирования системы, тенденции развития в условиях кризиса // Российское предпринимательство. — 2019. — Том 16. — № 11. — с. 1657-1670.

6. Российская Ассоциация Франчайзинга [Электронный ресурс] // URL: http://www.rusfranch.ru/franchising/preimushchestva_franchayzinga/ (дата обращения 30.04.17).
Контактный телефон +7(918) 835 44 43