

Франчайзинг как форма предпринимательства

© 2009 А.В. Шехирев

Вятская государственная сельскохозяйственная академия

В настоящее время существует достаточно много определений франчайзинга. В данной статье мы провели анализ самых популярных определений, выявили общие черты и различия и с учетом российской специфики предложили авторское определение франчайзинга.

Ключевые слова: франчайзер, франчайзи, форма предпринимательства, система взаимоотношений, система успешного ведения бизнеса, исключительные права, франчайзинговые платежи.

Анализ экономической ситуации в России свидетельствует о существенном повышении роли малого бизнеса, который остается важнейшим стратегическим ресурсом, обеспечивающим отдачу вложенных средств и эффективное использование всех факторов производства.

Однако позитивные возможности малого бизнеса реализуемы лишь в том случае, если он развивается как интегральная часть региональной предпринимательской среды в целом, т.е. тесно взаимодействуя с крупными производственными структурами.

Мировая практика показывает, что решение проблемы представляется в использовании такой технологии ведения малого предпринимательства, как франчайзинг. В сущности, франчайзинг процветает потому, что совмещает стимул к владению малым предприятием с управленческим мастерством крупного бизнеса. А личная собственность представляет лучший стимул, когда-либо созданный для побуждения к тяжелой работе.

Франчайзинг - явление объективное, которое сложилось исторически и прочно закрепилось в развитых странах под воздействием объективных потребностей экономического развития. Более того, за рубежом эту форму деятельности считают не только полезной, но и престижной.

Современный франчайзинг представляет собой систему отношений, строго регулируемых этическими, юридическими и финансовыми нормативами и положениями. В большинстве стран мира работают ассоциации и федерации, основная задача которых защищать интересы франшизных компаний.

В настоящее время существует много точек зрения по поводу определения франчайзинга, которое дают различные ассоциации, отечественные и зарубежные авторы.

Термин "франчайзинг" обозначает любые коммерческие взаимоотношения, в результате возникновения которых лицо предлагает, продает или распределяет любому другому лицу товары или услуги:

1) которые обозначаются торговой маркой, знаком обслуживания, торговым названием товара, рекламным или другим коммерческим знаком;

2) в отношении которых существует прямое или косвенное требование соответствовать стандартам качества, предписанным другим лицом при осуществлении деятельности франчайзи под именем, использующим торговую марку, знак обслуживания, торговое название товара, рекламный или иной коммерческий знак.

Понятие франчайзинга в широком смысле формируют две различные бизнес-модели: франчайзинг продукции и франчайзинг бизнес-формата. Франчайзинг продукции представляет собой такую форму организации коммерческой деятельности, при которой одно лицо, франчайзер, создает бренд и предоставляет его в пользование другого лица, франчайзи, на основании соглашения о франчайзинге (лицензии). Франчайзи вступает с франчайзером в договорные отношения относительно использования бренда с целью предоставления конечному пользователю продукции или услуг в течение определенного периода времени и в определенном месте. Примерами компаний, занимающихся франчайзингом продукции, являются Coca-Cola®, Goodyear Tires и John Deere.

При франчайзинге бизнес-формата одна сторона, франчайзер, создает бренд и операционную систему ведения бизнеса и передает их по лицензии другой стороне, франчайзи. Франчайзи заключает контракт на использование имени и операционной системы с целью предоставления продуктов и услуг конечным потребителям в определенный период времени и в определенном месте. Примерами компаний, использующих франчайзинг бизнес-формата, являются General Nutrition Centers®, Jiffy Lube®, MAACO®, McDonald's, Subway®, Uniglobe® Travel и Wendy's.

Основное различие между названными двумя видами франчайзинга заключается в том, что франчайзинг продукции, в отличие от франчай-

зинга бизнес-формата, не предлагает разработанной операционной системы. Поскольку франчайзинг продукции не предоставляет франчайзи лицензию на операционную систему, единых требований к деятельности франчайзи не существует. Другим отличием является то, что он подразумевает получение компенсации за счет продаж продукции франчайзи, которые перепродают ее конечным потребителям, в то время как франчайзеры бизнес-формата получают основной доход за счет роялти по валовым продажам розничным клиентам. Однако последнее отличие становится все более размытым, поскольку значительная часть менее многочисленных франчайзеров бизнес-формата получают определенный доход от продаж франчайзи оборудования и материалов, необходимых для начала деятельности.

Международная ассоциация франчайзинга (МАФ) предлагает свое определение франчайзинга: франчайзинг - это контрактные взаимоотношения между франчайзером и предприятием-оператором, в рамках которых франчайзер предлагает или обязуется поддерживать такие области функционирования предприятия, как ноу-хау и обучение; при этом оператор ведет дело, используя общую торговую марку и технологию, владельцем которых является франчайзер, он же контролирует их; и при этом оператор инвестирует существенную долю капитала своего предприятия за счет собственных средств¹.

Данное определение кратко и исчерпывающе, но в то же время оставляет без ответа много вопросов и не включает многих особенностей, которые надо было бы включить; например, делается ссылка на то, что оператор вкладывает капитал в свое предприятие, но нигде не говорится, что он должен владеть этим предприятием и быть собственником. Этот момент, являющийся основным признаком системы льготного предпринимательства, только подразумевается, но не утверждается. Другой фундаментальный признак, не получивший отражения в данном определении, - это различные формы компенсации, выплачиваемой головной фирме.

Британская ассоциация франчайзинга (БАФ) дает следующее определение: франчайзинг - контрактная лицензия, предоставленная одним лицом (франчайзером) другому (предпринимателю):

(а) позволяет или требует от предпринимателя вести определенный бизнес в течение срока контракта о льготном предпринимательстве под именем или используя имя, принадлежащее или ассоциируемое с головной фирмой;

(б) обязывает головную фирму осуществлять постоянный контроль на весь период соглашения за тем, как оператор ведет бизнес, который является объектом системы франчайзинга;

(в) обязывает головную фирму обеспечить оператора поддержкой в ведении бизнеса, который является объектом франчайзинга (в области организации льготного предпринимательства, обучения персонала, сбыта, управления);

(г) требует, чтобы оператор регулярно в период действия соглашения выплачивал головной фирме все оговоренные в контракте платежи: и единовременную первоначальную оплату за право участвовать на рынке от ее имени, и фиксированные текущие платежи и отчисления;

(д) определяет, что этот контракт не является сделкой между холдинговой компанией и ее филиалом, или между филиалами одной и той же холдинговой компании, или между частным лицом и компанией, им контролируемой².

За исключением пункта (д), который носит технический характер и рассчитан на то, чтобы исключить внутренние договоренности, определение во многом совпадает с определением МАФ.

Следующие моменты представляют интерес для сравнения.

Определение, данное БАФ:

- подтверждает контрактный характер отношений;
- подтверждает, что предприятию-оператору передано право или лицензия на ведение бизнеса;
- ставит вопрос о контроле со стороны головной фирмы за тем, как оператор ведет этот бизнес;
- подтверждает обязательство головной фирмы обеспечить постоянную помощь, что очень важно;
- ставит вопрос о выплате компенсации.

В то же время данное определение:

- (а) не предусматривает, что оператор должен являться владельцем собственного бизнеса;
- (б) не утверждает, что оператор обеспечит капиталовложения из своих собственных ресурсов;
- (в) не подтверждает, что франчайзер обязан предоставить первоначальное обучение.

Рассмотрим еще два определения, которые заслуживают внимания. Они появились в США, где существует много законов, регулирующих франчайзинг. Первое - из закона о льготном предпринимательстве штата Калифорния: "франшиза" означает контракт или договор между двумя или большим количеством лиц, посредством которого:

¹ Мендельсон М. Руководство по франчайзингу. М., 1995.

² Мендельсон М. Указ. соч.

(1) предприятие-оператор получает право заниматься бизнесом, предлагая, продавая или сбывая товары или услуги в соответствии с планом по маркетингу или системой, разработанной в значительной мере головной фирмой;

(2) бизнес предприятия-оператора осуществляется в соответствии с этим планом или система существенно ассоциируется с торговой маркой головной фирмы, фирменной услугой, логотипом, рекламой или другим символом, определяющим головную фирму или ее филиал;

(3) предприятие-оператор должно выплачивать, прямо или косвенно, компенсацию.

Данное определение более узко, чем определение Европейской Комиссии, и типично для тех, которые используются в законодательстве США.

Другое определение содержится в Положении о льготном предпринимательстве Федеральной торговой комиссии, оно сводится к следующему.

Термин франчайзинг означает любое длительное коммерческое сотрудничество в рамках соглашений, при которых:

1. (А) Оператор предлагает, продает или сбывает любому другому лицу, но не франчайзеру товары или услуги, которые:

- идентифицированы торговой маркой, фирменной услугой, фирменным наименованием, рекламой или другим коммерческим символом, определяющим фирму - франчайзера; или

- отвечают стандартам качества, прямо или косвенно предписанным франчайзером; или

- поставяет франчайзер; или

- поставяет третье лицо (т.е. поставщик), с которым оператор ведет дело и который прямо или косвенно рекомендован франчайзером и связан с ним.

(Б) Франчайзер:

- осуществляет или имеет полномочия осуществлять тщательный контроль за методами работы оператора, включая организацию предприятия, рекламные мероприятия, маркетинг, деловые связи; или

- предоставляет значительную поддержку предприятию-оператору, его деятельности, включая организацию предприятия, менеджмент, маркетинг, рекламные мероприятия и деловые связи; или

- обеспечивает операторов розничными точками или расчетным обслуживанием для торговли указанными товарами или услугами; или

- обеспечивает помещения предприятия-оператора автоматами для продажи мелких товаров, полками или другим инвентарем, используемым оператором, когда он предлагает, продает либо

сбывает товары или услуги от имени франчайзера; или

- предоставляет оператору услуги лица, способного обеспечить его розничными точками, помещениями и другими услугами, перечисленными выше.

2. Оператор, при условии приобретения права на льготное предпринимательство или на начало деятельности в рамках этой системы, обязан произвести оплату или взять на себя обязательство произвести оплату франчайзеру или его филиалу.

В данных определениях термины "франчайзер" (головная фирма) и "предприятие-оператор" трактуются более широко³.

Таким образом, американская терминология содержит основные элементы определений, используемых в европейской коммерческой практике, и также включает в понятие франчайзинга такие признаки, как:

1) контракт;

2) система;

3) торговый имидж (торговая марка, фирменная услуга и т. д.);

4) передача прав;

5) платежи.

Российская ассоциация франчайзинга также дает свое определение: франчайзинг - это такая организация бизнеса, в которой компания (франчайзер) передает независимому человеку или компании (франчайзи) право на продажу продукта и услуг этой компании. Франчайзи обязуется продавать этот продукт или услуги по заранее определенным законам и правилам ведения бизнеса, которые устанавливает франчайзор. В обмен на осуществление всех этих правил франчайзи получает разрешение использовать имя компании, ее репутацию, продукт и услуги, маркетинговые технологии, экспертизу и механизмы поддержки. Таким образом, выполнение правил не является недостатком, наоборот, следование правилам означает, что франчайзи имеет прекрасную возможность сделать прибыль и понять выгодность своего вложения. Чтобы получить такие права, франчайзи делает первоначальный взнос франчайзеру, а затем выплачивает ежемесячные взносы. Это своего рода аренда, потому что франчайзи никогда не является полным владельцем товарного знака, а просто имеет право использовать товарный знак на период выплаты ежемесячных взносов. Суммы таких взносов оговариваются во франчайзинговом договоре (контракте) и являются предметом переговоров. Франчайзинговый пакет (полная система ведения бизнеса, передаваемая франчайзи) позволяет соответствующему предпринимателю

³ Мендельсон М. Указ. соч.

вести свой бизнес успешно, даже не имея предварительного опыта, знаний или обучения в данной области⁴.

В российском законодательстве термин “франчайзинг” отсутствует, вместо него используется понятие “коммерческая концессия”. Согласно ГК РФ (ч. 2, ст. 1027, п. 1) по договору коммерческой концессии одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау)⁵.

На основе различных определений и их обобщения вырисовываются следующие основные признаки, которые должны присутствовать в любой предпринимательской форме франчайзинга:

1. Система взаимоотношений крупного и малого бизнеса, основанная на контракте.
2. Система успешного ведения бизнеса.
3. Система льготного финансирования.
4. Особая форма предпринимательства.

5. Пользование исключительными правами на возмездной основе.

6. Обучение франчайзи по всем аспектам бизнеса.

7. Поддержка и контроль франчайзером деятельности франчайзи.

8. Содействие закреплению на рынке.

9. Право использования.

10. То, что франчайзи должен быть собственником своего предприятия.

Учитывая российское и международное законодательство, специфику российского бизнеса, можно, на наш взгляд, отметить, что наиболее полно отражает суть франчайзинга следующее определение: *франчайзинг* - это эффективная форма взаимодействия крупного и малого бизнеса, основанная на контрактной системе взаимоотношений, при которых одна сторона (франчайзер), обладая успешной системой ведения бизнеса и известным брендом, на возмездной основе (справедливой выплате франчайзинговых платежей) предоставляет в пользование комплекс исключительных прав другой стороне (франчайзи), обеспечивает обучение, поддержку и контроль по всем аспектам бизнеса, что приводит к росту эффективности деятельности обеих сторон, при этом франчайзи становится собственником своего предприятия.

Поступила в редакцию 06.09.2009 г.

⁴ Что такое франчайзинг? // Рос. ассоциация франчайзинга. Режим доступа: <http://www.rarf.ru/aboutfrbook/t2.asp>.

⁵ Гражданский кодекс Российской Федерации (ред. от 30 дек. 2008 г.). Доступ из СПС “КонсультантПлюс”.