

ЭКОНОМИКА

Сушко Елена Алексеевна

студентка

Пономарева Елена Анатольевна

канд. экон. наук, доцент

ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»

г. Ставрополь, Ставропольский край

ПРОБЛЕМЫ ФРАНЧАЙЗИНГА В РОССИИ

Аннотация: в статье рассмотрены некоторые теоретические аспекты франчайзинга, его цель в бизнесе, некоторая статистика, касающаяся франчайзинга, динамика роста франчайзинга в России и в мире. Были выявлены проблемы франчайзинга и способы их решения для более эффективного ведения бизнеса за счет франшизы.

Ключевые слова: франчайзинг, предпринимательство, франшиза, динамика, роялти, франчайзинговая система, бизнес, технологии, франчайзи, франчайзер.

В современном ведении бизнеса всё чаще встречается использование чужих технологий, которые уже являются известным брендом. Франчайзинг есть определенный вид отношений между хозяйствующими субъектами, основанный на передаче одной стороной (франчайзером) за установленную плату право на определенный вид предпринимательской деятельности другой стороне (франчайзи), который в дальнейшем будет использовать разработанную бизнес-модель ведения этой деятельности.

Точной статистики по количеству организаций, функционирующих по франшизе в России, не ведётся, по разным источникам их насчитывается от 300 до 1000. Число успешно функционирующих в России франчайзинговых компаний насчитывается около 40. Остальные компании, потерпевшие неудачи, функционируют не более 3х лет. По некоторым статистическим данным в

настоящее время лидерами по времени пребывания на рынке являются франшиза кафе мороженого «Баскин Роббинз» (9,071 дней), франшиза магазина одежды «Sela» (8,706 дней), франшиза организационно бухгалтерской правовой системы «Кодекс» (7,827 дней), франшиза ресторана быстрого обслуживания «Subway» (7,610 дней) и др. [4].

Целью франчайзинга является использование одним партнером уже раскрученной известной торговой марки, получая возможность заработать, используя уже отлаженные бизнес-процессы и технологии. В то время как другой партнер, посредством деятельности первого партнера, завоевывает новые ранки, расширяя свой бизнес, сферы влияния, и, кроме всего, получая дополнительные взносы в рекламный фонд.

Такие партнерские отношения на Западе довольно прочные, основываются на взаимном уважении и решении общих задач. В России же возникающие противоречия не до конца проясняются при составлении сделки между партнерами, влекущие за собой множество проблем, оборачиваясь своеобразными ловушками – психологическими, юридическими и т.д. Ошибки российскими предпринимателями допускаются как при создании своей собственной франшизы, так и при приобретении и использовании прав на уже разработанную известную торговую марку.

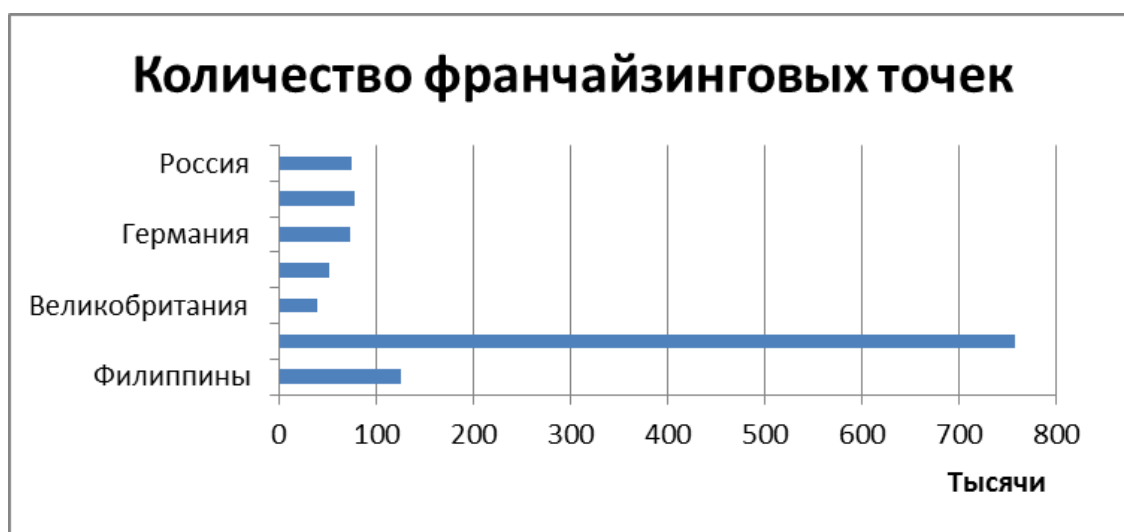


Рис. 1. Сравнение количества франчайзинговых концепций на рынке и франчайзинговых точек России и зарубежных стран [4].

Из рисунка 1 видно, что в 2013 году довольно многие российские предприниматели осуществляют свою деятельность по франшизе, однако среди указанных стран мы далеко не первые.

С каждым годом количество франчайзинговых точек на российском рынке становится всё больше и больше, однако этот рынок претерпевает большие трудности из-за ряда регулярно возникающих проблем.

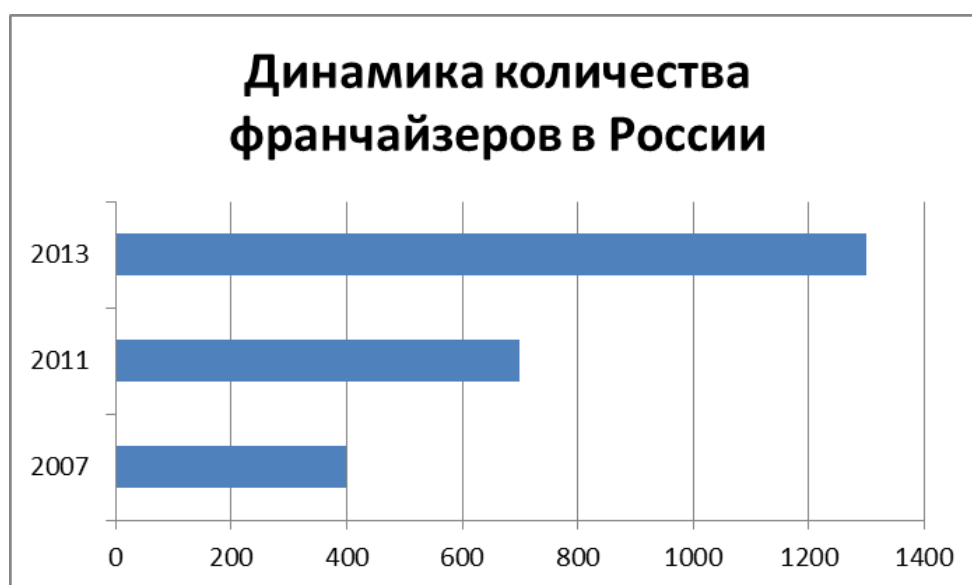


Рис. 2. Динамика франчайзинга в России за 2007–2013 гг. [4].

Франчайзинг, как и любой вид предпринимательской деятельности, связан с системой финансовых потоков. Основу этих потоков составляют:

1. Одноразовая оплата франшизы (паушальный платеж), которая предоставляет право франчайзи: пользоваться интеллектуальной собственностью франчайзера; открыть собственное предприятие по франшизе; получить стандартный набор услуг, необходимый для открытия предприятия.

2. Роялти – регулярные, обязательные платежи франчайзеру на покрытие его расходов, связанных с поддержанием и развитием франчайзинговой системы.

3. Отчисление в централизованный рекламный фонд.

4. Дополнительные платежи, направленные на покрытие стоимости дополнительных услуг.

Проблемы франчайзинга в России можно разделить на такие группы, как:

- экономические;
- организационно-правовые;
- социально-психологические проблемы.

К экономическим проблемам развития франчайзинга мы относим такие проблемы, как нестабильное развитие экономики в России, отсутствие у франчайзи стартового капитала, т.е. денежных средств для вхождения во франчайзинговую систему, а также отсутствие кредитов для такого рода предпринимательства.

Рассмотрим более подробно такую проблему, как отсутствие стартового капитала у потенциальных франчайзи, т.е. нехватка денежных средств для выкупа прав на франшизу.

К примеру, больших затрат требует обслуживание франшизы в сфере общепита и фитнес-услуг. Так, франшиза «Ростик'с – KFC» стоит 40900 долл. – это паушальный взнос, плюс к нему – ежемесячные роялти в размере 6% и 5-процентные отчисления в маркетинговый фонд от объема реализации. Для открытия заведения быстрого обслуживания «Ростик'с – KFC» в торговом центре необходимы инвестиции в размере от 250 тыс. долл., а для предприятия с отдельным залом площадью 250–300 кв. м размер инвестиций на оборудование и подготовку к открытию составит от 450–500 тыс. долл. [4].

Бутербродный ресторан Subway при размере паушального взноса за франшизу в 10 долл. тыс. и роялти 8% требует инвестиций от 108 тыс. долл. на фудкортах и порядка 250 тыс. долл. для отдельно стоящего здания. Для открытия японского ресторана «Якитория» только единовременный платеж составит более 300 тыс. долл. Свыше 1 млн. долл. требуется для открытия фитнес-клуба Golds Gym [4].

Такие объёмы взносов и платежей потянет не каждый предприниматель, тем более начинающий.

Следующие основные проблемы франчайзинга в России на сегодняшний день – это правовые проблемы. Связано это с тем, что у франчайзинга нет подкрепляющей его правовой базы в нашей стране.

Только глава 54 Гражданского кодекса РФ утверждает, что «коммерческая концессия» это синоним слова «франчайзинг». «Франчайзинг» как понятие – много шире понятия «коммерческая концессия». Из-за отсутствия строгой правовой базы франчайзинг в России приходится основывать на комплексных договорах, т.е. на «обходных» приёмах, что трудно и невыгодно.

Таким образом, чтобы создать благоприятную среду для развития франчайзинга, необходимо внести изменения в существующее законодательство. Необходимо принять федеральный закон о франчайзинге, создать условия, при которых франчайзи смогут получать кредиты, например, под залог будущего бизнеса франчайзи и под гарантии франчайзера.

Очень хорошо организована поддержка франчайзинга в Великобритании, банк дает предпринимателю деньги, а государство берет на себя гарантии на 80% от суммы кредита.

Для решения этих проблем, необходимо достигнуть трёх целей:

- обеспечить доступность всей системы франчайзинга для контролирующих органов;
- создать возможность для удобного и адекватного применения правовых актов для всех участников данной системы;
- обеспечить реальную конкуренцию разных франчайзинговых систем на основе традиционной реализации продукции и услуг.

Таким образом, России необходима правовая система, куда бы вошли:

- созданный Федеральный закон «О франчайзинге в Российской Федерации»;
- законы об интеллектуальной собственности и ответственности за их нарушения;
- Гражданский кодекс РФ, в котором бы регулировалось само использование франчайзинговой системы.

Исследование показало, что франчайзинговая система не имеет конкретной правовой базы и нуждается в её разработке и доработке. Без законных оснований защита прав франчайзеров и франчайзи не сможет быть осуществлена.

Для выполнения поставленных задач необходимо создать федеральный закон и внести изменения в уже существующие законы.

Важнейшей социально-психологической проблемой франчайзинга является традиционное для нашей страны неуважение к интеллектуальной собственности. Решение этой проблемы требует соединения экономических и правовых воздействий, которые сделают неэффективным несанкционированное использование чужой интеллектуальной собственности. Также, развитию франчайзинга в России препятствует образовательная проблема, т.е. отсутствие полной необходимой базы знаний и способов их эффективных применений к решению различных проблем франчайзинговой деятельности. Решение образовательных проблем связано с необходимостью создания сети учебных заведений и консалтинговых центров по франчайзингу, что требует решения чисто экономических проблем. Благодаря решению образовательных проблем франчайзинга расширятся познания франчайзи в области права и экономики, они получат необходимые знания и навыки.

Также, помимо вышеизложенных проблем, исследование показало, что место имеет быть риск разорения организации, действующей по франшизе из-за непредсказуемого поведения франчайзера. Поэтому, при составлении договора между 2-мя партнерами, т.е. франчайзеров и франчайзи, необходимо учесть все возможные угрозы и последствия, составив условия действий и обязательств в случае непредвиденных обстоятельств, чтобы избежать потери. Например, в случае ликвидации своей франшизы, франчайзер обязуется выплатить часть издержек франчайзи, если его стартовый капитал не успел полностью окупиться.

Результатом исследования является выявленные проблемы франчайзинга в российской практике и предложения действий по их решению. Существующие проблемы выступают главным препятствием к развитию франчайзинговой системы в России, и мало кто из предпринимателей решается взяться за ее разви-

тие. Необходимо преодолеть появившиеся в силу своеобразности развития экономики России препятствия. Варианты решений нами описаны выше. Остаётся добавить, что решение проблем развития франчайзинга в России заключается в комплексном подходе к тому конгломерату, которыми они являются. Необходимо устранять не одну отдельно причину, а все, вызывающие замедленное развитие и неудачное функционирование франчайзинга в России, разработав полный комплекс эффективных мер.

Список литературы

1. Майлер А.З., Франчайзинг в России. Миф или реальность//Оборудование. Рынок. Предложение. Цены. – 2001 – №2(50) – с. 27.
2. Панюкова В.В. Преимущества и недостатки применения франчайзинга для российских предприятий//Маркетинг в России и за рубежом. – 2004 – №6 – с. 88.
3. Российская Ассоциация Франчайзинга «Что такое франчайзинг».
4. Сайт компании ФРАНКОН. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.franshiza.ru>. (Дата обращения: 04.05.2015 г.)