

УДК 339.187.44 (470)

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА КАК ФОРМЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

Бодина К.В.

Уфимский государственный авиационный технический университет, Уфа, Россия (450000, Республика Башкортостан, г. Уфа, ул.К. Маркса, д. 12), e-mail: ksenia.bodina@mail.ru

Франчайзинг занимает особое место среди различных направлений, позволяющих развивать бизнес. Благодаря обработанности бизнес-модели и поддержке франчайзера у начинающих предпринимателей появляется реальная возможность открыть свое дело с минимальными финансовыми рисками. А с точки зрения экономики страны в целом – это хорошая школа для малого предпринимательства, задел для развития рынка. В статье приведен анализ проблем развития франчайзинга России. Учитывались особенности российской системы. Выделены четыре основные сложности: несовершенство российского законодательства, низкая государственная поддержка, отсутствие заинтересованности банков, низкая популяризации. Найдена закономерность, что только 14 % компаний, работающих по системе франчайзинга, прекращают свою деятельность. В результате чего, был сделан вывод, что, несмотря на имеющиеся трудности, данная форма предпринимательской деятельности остается самым надежным вариантом организации бизнеса в рыночной системе.

Ключевые слова: франчайзинг, малый бизнес, рыночная система.

PROBLEMS OF FRANCHISING DEVELOPMENT AS A FORM OF ENTREPRENEURIAL BUSINESS IN RUSSIA

Bodina K.V.

Ufa State Aviation Technical University, Ufa, Russia (450000, Republic of Bashkortostan, Ufa, Karl Marx Street, 12), e-mail: ksenia.bodina@mail.ru

The franchising holds a specific place among different directions that allow business development. Due to business model maturity and franchiser's maintenance, the first-time entrepreneurs have a real opportunity to start a business with the minimum financial risks. And from the point of view of national economy as a whole it is a good school for small business and capacity for market development. The analysis of problems of franchising development in Russia is given in the article. Features of the Russian system were considered. Four main complexities were pointed out: imperfection of the legislation of the Russian Federation, low government support, absence of banks interest, low promotion. There was found the regularity that only 14% of the companies working according to franchising system, stop their activities. Thereby, it is concluded that, despite the difficulties, this form of business activity remains the most reliable option of a business organization in market system.

Key words: franchising, small business, market system.

Малый бизнес - важнейший элемент рыночной экономики, без которого не может гармонично развиваться государство и во многом определяющий темпы экономического роста, структуру и качество валового национального продукта. В процессе осуществления деятельности предприниматель сталкиваются с такими трудностями, как недостаточная финансовая база, отсутствие знаний в области открытия и развития бизнеса, отсутствие управленческих кадров, владеющих глубокими и профессиональными знаниями и умеющими работать в условиях быстро изменяющейся внешней среды. Франчайзинг (от франц. franchise – льгота, привилегия) представляет собой систему взаимоотношений,

закрывающуюся в возмездной передаче одной стороной (крупной известной фирмой) другой стороне (фирме или индивидуальному предпринимателю) своего товарного знака, фирменного стиля, а также технологии ведения бизнеса и другой коммерческой информации. Главными преимуществами этой формы предпринимательской деятельности являются обработанность бизнес - модели и поддержка франчайзера, которые способствуют организации стабильного бизнеса и доходов.

По формальным признакам в России франчайзинг существует уже девятнадцатый год. Первой российской концепцией является «Дока-Пицца». На данный момент, по разным оценкам, на отечественном рынке функционируют от шестисот до восьмисот концепций. Многие предприниматели уже успели по достоинству оценить этот способ ведения бизнеса. Однако можно выделить ряд сложностей, препятствующих развитию франчайзинга в нашей стране. Целью данной работы является выявление проблем развития франчайзинга в России.

Основными трудностями, тормозящими продвижение франчайзинга в нашей стране, являются:

- несовершенство российского законодательства в этой области;
- низкая государственная поддержка;
- отсутствие заинтересованности банков в работе с системами франчайзинга;
- низкая популяризация франчайзинга в нашей стране.

Остановимся более подробно на них.

Первая – это законодательное поле франчайзинга. К сожалению, в российском законодательстве до сих пор отсутствует определение франчайзинга, а имеется лишь понятие «коммерческая концессия». Слово «concessio» в переводе с латинского означает «уступка», «разрешение», поэтому, по смыслу "коммерческая концессия" может пониматься двояко: коммерческая уступка (уступка прав на использование объектов интеллектуальной собственности) или коммерческое разрешение (аналогия «лицензия» в переводе с латинского). Разная смысловая нагрузка, соответственно, приводит к различному толкованию существа отношений. По сути франчайзинг представляет собой систему отношений, предполагающую высокий уровень поддержки франчайзером (обладателем прав и отработанной системы бизнеса) франчайзи (предпринимателя, получающего права использовать исключительные права франчайзера и технологию ведения бизнеса). В соответствии же с Главой 54 ГК РФ вся система отношений сводится по договору только к передаче прав, что по существу уже не является франчайзингом. Также во многом развитие франчайзинга сдерживается 1034 статьей данной главы. В ней заложена субсидиарная ответственность франчайзера и франчайзи по отношению к третьим лицам [1]. Например, если в суде будет доказано, что кто-то отравился, отобедав в ресторане, принадлежащем

франчайзи, то последний должен выплатить определенную сумму за нанесенный моральный вред. Но согласно нашему законодательству, если франчайзи не может расплатиться сам, то франчайзер обязан сделать это за него. Такое положение вызывает откровенное непонимание потенциальных иностранных франчайзеров. Они считают, что если франчайзеру так хочется отвечать за все собственным капиталом, он создаст корпоративную сеть, не прибегая к системе франчайзинга, основным преимуществом которой является полная юридическая и финансовая независимость франчайзи.

Также, согласно статье 1037 ГК, если договор коммерческой концессии заключен без указания срока, существует возможность одной из сторон прекратить сотрудничество путём простого извещения не позднее, чем за полгода до предполагаемого расторжения договора. В мировой практике договор франчайзинга заключается обычно на длительный срок (до нескольких десятков лет). Предприниматель не может прекратить работать на основе заключенного договора, не понеся при этом значительных финансовых потерь. Но в связи с тем, что в условиях российской действительности, сложно осуществить долгосрочное прогнозирование, срок действия договора сокращается примерно до 3 лет.

Еще одной сложностью для потенциальных российских франчайзи является получение банковского кредита на открытие предприятия по франшизе на льготных условиях. Подобные заявки большинство банков рассматривают на общих основаниях — в рамках своих программ по кредитованию малого бизнеса. Во многих странах наряду с низкими процентными ставками укоренено понимание того, что отработанная и эффективная бизнес-модель под известным брендом способна обеспечить стабильный бизнес и доходы, если франчайзи в точности следует принятым стандартам. И банкиры идут навстречу, предлагая специальные, «льготные» программы.

Но перемены неизбежны, и их инициаторами станут как банки, так и сами франчайзеры, которые начнут договариваться с финансово-кредитными учреждениями о запуске «особых» программ финансирования для своих новых франчайзи. И первые результаты в этой сфере уже есть. Так «Сбербанк» запустил программу кредитования на открытие своего бизнеса по франчайзингу «Бизнес-старт». Кредит выдается на сумму до 3 млн. руб. сроком до 3,5 лет под 18,5% годовых. Сферы приобретения франшизы различны: торговля, услуги, производство, питание. На данный момент в списке более 70 наименований компаний франчайзеров.

Также одной из причин, которая не дает развиваться франчайзингу в России, является объем стартового капитала, необходимого потенциальным франчайзи на начальном этапе. На рынке можно найти предложения, где паушальный взнос и весь необходимый капитал для начала бизнеса укладываются в 200–250 тыс. руб., но это скорее исключения. Как

правило, чтобы открыть прибыльное дело по франчайзингу, предпринимателю требуется иметь 3 млн. руб. и более. Накопить такую сумму, будучи рядовым наемным работником, практически невозможно. Есть масса людей, которые хотели бы попробовать себя в бизнесе, но не могут из-за отсутствия начального капитала.

Что касается государственной поддержки развития франчайзинга в России, то она отстает от развитых стран. Наблюдается низкая активность деятельности госорганов в этой области.

Одним из трудно преодолимых препятствий является нехватка качественной недвижимости, которая бы соответствовала профилю бизнеса. Фигурирующие на рынке объекты - это, как правило, абстрактные квадратные метры. Конечно, «прописать» на них офисное помещение не так сложно. Но, например, к условиям деятельности магазина или медицинской лаборатории предъявляются особые требования. Классический пример - спальные районы крупных российских городов. Первые этажи жилых зданий, будто бы предназначенные для создания инфраструктуры потребительского рынка, на деле малопригодны для размещения современных торговых точек и заведений общепита. Следствием дефицита недвижимости становится неподъемная для предпринимателей стоимость аренды тех объектов, которые представляют интерес для конкретного бизнеса. А доступность помещений зависит главным образом от местных администраций.

Низкая популяризация франчайзинга в России является еще одной проблемой его развития. К сожалению, многим инициативным людям этот живой, динамично развивающийся инструмент до сих пор просто неведом. Вероятно, информационных ресурсов заинтересованных предприятий и таких общественных организаций, как Российская ассоциация франчайзинга, недостаточно. Существует проблема невысокой осведомленности предпринимателей обо всех плюсах и минусах готового бизнеса, а также понимания того, как можно стать его частью. Это мешает потенциальному франчайзи принять окончательное решение о покупке франшизы. Анализ, проведенный Российской ассоциацией франчайзинга, выявил низкую информированность предпринимателей относительно существующих на федеральном и региональном уровне программ государственной поддержки франчайзинга.

Одной из главных социально-психологических проблем франчайзинга является часто встречающееся в нашей стране отсутствие табу на использование чужой интеллектуальной собственности. Стандарты франчайзинговой системы довольно сложно защитить от копирования. На 90 % лояльных франчайзи обычно приходится 10 % тех, кто может сменить вывеску и продолжить работать, используя все наработки. И хотя в договоре коммерческой концессии обычно зафиксировано, что партнер не имеет права в течение

определенного времени открывать заведения того же формата на том же месте, где он работал, ничто не мешает ему сменить вывеску после истечения срока действия договора [2]. Этот недостаток также объясняется несовершенством закона «Об авторском праве и смежных правах».

В заключение необходимо отметить, что, конечно, существует целый ряд причин, тормозящих развитие франчайзинга в нашей стране, но, несмотря на все выявленные проблемы, он остается самым надежным вариантом организации бизнеса в рыночной системе. Статистические данные по развитию бизнеса в развитых странах показывают, что за пятилетний период более 85 % малых предприятий по тем или иным причинам заканчивают свое существование. А из компаний, работающих по системе франчайзинга, прекращают деятельность только 14 % [3]. Обработанность бизнес - модели до мелочей способствует обеспечению стабильных доходов. И для начинающего предпринимателя это просто уникальная возможность построить преуспевающий бизнес.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 №14-ФЗ
2. Крякова Н. Юношеский максимализм / Крякова Н. // Бизнес-журнал. 2012 – №3 (192)
3. Мераб-Бен-Эл. Бренд вместо залога / Мераб-Бен-Эл // Российская бизнес-газета. 2012. – № 860 (31)