

Перспективы развития франчайзинга в России



Автор статьи:

Уваров А. Д.

Финансовый университет при Правительстве РФ

Uvarov A. D.

Financial University under the government of the Russian Federation

E-mail: pwnzl1vefo1t@gmail.com

Prospects for the development of franchising in Russia

В статье рассматриваются положительные и отрицательные формы франчайзинга и проблемы его развития в России.

Abstract: The article examines the positive and negative forms of franchising and problems of its development in Russia.

Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, эффективный, кризис, проблемы.

Keywords: franchise, effective, crisis, problems.

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.

Франчайзинг – это метод ведения бизнеса, при котором компания-производитель существенно снижает свои затраты на развитие и популяризацию торговой марки. Имеет свои преимущества и недостатки.

Немного о подводных камнях

Реальность такова, что намного дешевле организовать франчайзинговую сеть, нежели создать новые предприятия или филиалы компании. Однако финансовой отдачи от франчайзи меньше, чем от собственных новых представительств. Более того, плохая репутация одного звена франчайзинговой цепи бросает тень на торговую марку и ее репутацию в целом, что грозит снижением спроса.

Другой особенностью является сложность контроля над финансовыми отчетами франчайзи и над их работой. Происходит осознанное выращивание конкурентов. [6]

Бизнесменов, которые приобретают франшизы, тоже поджидают некоторые подводные камни. Кроме потери независимости, они обязаны ежемесячно выплачивать компании-производителю роялти и рекламный пай. Их репутация полностью зависит от имиджа франчайзера. Если он решит продать свой бизнес или обанкротится, то дело франчайзи обязательно пострадает.

Скопление валунов способствует образованию новой поверхности.

Несмотря на некоторые недостатки для обеих сторон, франчайзинг пользуется популярностью и, что немаловажно, данная сфера бизнеса развивается быстрыми темпами. Это говорит о больших перспективах как для тех, кто хочет организовать франчайзинговую сеть, так и для потенциальных покупателей франшизы. [6]

Франчайзинг устанавливает четкие территориальные границы ведения бизнеса. Франчайзер определяет своему франчайзи территорию ведения бизнеса. Границы этой территории определены условиями франчайзингового договора. Получая территорию, франчайзи может эффективно развивать свой бизнес на определенной территории.

Пропадает угроза соперничества, в отличие от индивидуального предпринимателя. [5]

Но самое главное – при грамотном подходе франчайзинг обеспечивает быстрое и эффективное начало бизнеса. И у франчайзи существуют дополнительные возможности легально минимизировать налоги, в частности НДС (см: Инструкция Государственной налоговой службы РФ от 11 октября 1995 года № 39 «О порядке исчисления и уплаты налога на добавленную стоимость», ст.5, п.12, пп. к.; Инструктивное письмо Министерства финансов РФ от 23 ноября 1994 года № 04-03-11 «О налоге на добавленную стоимость»).

Перспективы развития, или «Непаханные поля России»

Перспективы? В России? Однако, благоприятные. В последнее время намечается тенденция ускоренного развития и распространения франшизного метода ведения бизнеса. Немного статистики: с 1995 по 1999 год, в течение первых четырех лет существования франчайзинга в России, на ее территории возникли 42 франчайзинговые системы, с 2000 по 2001 год, за 2 года, – 37, а за один 2002 год – уже 29.

Заметно улучшается качество франшизных предложений, а технологии, которые предлагаются к передаче, становятся сильными и коммерчески выгодными, возникает все больше положительных примеров внедрения франчайзинга.[5]

Тем не менее рынок франчайзинга в России представляет из себя «непаханое поле» и имеет ряд недостатков, которые мешают его полноценному развитию:

- несовершенство законодательства;
- отсутствие в предпринимательских кругах серьезных знаний о франчайзинге;
- практика ухода от налогов и обыденность применения "теневых" операций;
- практика невыполнения обязательств между партнерами;
- излишняя бюрократическая регламентация бизнеса и взяточничество.[4]

«Все по-русски». Законы и критика

Единственный нормативный документ, регулирующий франчайзинг в России, представляет из себя 54-ю главу Гражданского кодекса Российской Федерации.

Критика коснулась самого факта наличия главы 54. Присутствие строгих и не всегда оправданных регламентаций сдерживают развитие франчайзинга в России, особенно международные контакты.

В отличие от общепринятой мировой практики, в 54-й главе применена новая терминология: франчайзинг – "коммерческая концессия", франчайзер – "правообладатель", франчайзи – "пользователь". Это вносит некоторые неудобства в развитии международного франчайзинга.

Конспективно критика некоторых положений главы 54 сводится к следующему:

– Двойная регистрация договоров коммерческой концессии (статья 1028) является ничем не оправданной мерой, так как совершенно непонятно, к каким нежелательным последствиям приводит отсутствие регистрации договоров в налоговых инспекциях.

Полностью оправдывает себя только требование регистрации в патентном ведомстве договоров коммерческой концессии. Такой регистрации должно быть вполне достаточно, так как все франшизные договора содержат элементы, касающиеся передачи права на использование товарного знака.

– Статья 1034 "Ответственность правообладателя по требованиям, предъявляемым к пользователю", констатирующая субсидиарную ответственность франчайзера по предъявляемым к франчайзи требованиям, нарушает основной принцип системы франчайзинга – независимость франчайзера и франчайзи. Наличие субсидиарной ответственности в значительной мере уменьшает преимущества развития в форме франчайзинга по сравнению с развитием путем создания собственных корпоративных предприятий.

– Положение статьи 1035 о праве франчайзи на заключение нового договора с франчайзером по истечении срока предыдущего договора на тех же условиях противоречит необходимости развития франшизной системы, так как условия через 5–10 и более лет могут существенно измениться.

Приведенные выше недостатки главы 54 ГК РФ создают некоторые неудобства в развитии франшизных систем в России, но пока на практике не являются существенным препятствием для предпринимателей.[7]

Секрет успеха и уход от проблем

Франчайзинг – это сетевой бизнес, который может успешно объединять от всего лишь нескольких точек до десятков тысяч. Все они очень схожи между собой, если вообще не идентичны. Главное преимущество этой формы ведения бизнеса состоит в копировании успешного бизнеса.

Альтернативой франчайзинговой сети выступает корпоративная, которая жестко управляется из одного центра. Минусом такой альтернативы является необходимость централизованных инвестиций на открытие дополнительных точек.[5]

Второй негативный момент – все риски, которыми сопровождается открытие новых точек, несет управляющая компания. Третий минус – работники центральной компании должны заниматься повседневными проблемами всех точек. Чем больше сеть, тем сложнее управлять ею.

Секрет выживания: франчайзинг решает часть перечисленных выше проблем или сводит их к нулю. Финансовая проблема снимается за счет инвестирования каждой новой точки из денежных средств предпринимателя, покупающего франшизу.

Риски распределяются на все точки. Риск отдельного предприятия в определенной степени выступает общим для всей системы. Это и является главным секретом выживания.

Инвестиции поступают из различных источников – сеть развивается быстрее. Преимущество франчайзинга состоит в том, что главная компания не решает повседневных проблем торговых точек. Сотрудники освобождаются от колоссального объема работы.[4]

Еще один момент, который можно рассматривать как секрет выживания в бизнесе: собственники точек (приобретшие франшизу) заинтересованы в их прибыльности больше, чем наемные управляющие.

Что имеем на выходе?

Франчайзинг — способ эффективного тиражирования успешно работающих предприятий. Выгоден всем: продавцам франшиз (развитие идет на привлечение средств), покупателям франшиз (надежность инвестиций), государству (появление новых рабочих мест).[4]

Мировая статистика показывает, что покупка франшизы гарантирует малому предпринимателю 90% успеха – из десяти малых предприятий, открытых по методу франчайзинга, девять успешно развиваются.

Из всех вновь образованных предприятий прекращают деятельность в течение первых пяти лет 85%, а из фирм, созданных в рамках франчайзинга, — 14%. Франчайзинг является самым быстрым способом обучения предпринимателей практическим стандартам, необходимым для ведения прибыльного бизнеса.

Во время кризиса франчайзинг доказал свою устойчивость. Наибольший экономический эффект приносят проверенные временем экономические решения, чем и является франчайзинг.[5]

В кризис люди труднее расстаются с деньгами. Во франчайзинге, как и в других сегментах потребительского рынка, спрос переместился в сегмент недорогих товаров и услуг. Сегодня роль стандартов качества во франчайзинге высока. При их точном и строгом соблюдении выручка может увеличиться в пять раз.

Развитие в кризис не останавливается: открываются новые предприятия, меняется формат их деятельности. Некоторые франчайзеры отказываются от денег за франшизу, но выдвигают условие продавать только их продукты (товары, услуги), или франчайзи организуют производство продукта непосредственно в месте его продажи.

Список литературы

1. Алимов А.Г. Франчайзинг. Бизнес в России. 1000 выгодных предложений. Изд-во Триада, 2012. – 325 с.
2. Газета «Экономика и жизнь». Рогов В. «Франчайзинг – эффективная форма сотрудничества». 2012. – №11. – 150 с..
3. Колесников. Практикум по франчайзингу для российских предпринимателей. – М.: –2012. – 538 с.
4. Марков С. Франчайзинг: проблемы развития бизнеса / С. Марков // Проблемы теории и практики управления. – 2013. – № 3. – 255 с.
5. Масленников В.В. Предпринимательские сети в бизнесе – . М.: Сиб-ли Интернэшнл, Инк, 2012. – 420 с.
6. Панина М. Фаза активного развития франчайзинга на российском рынке. 2011. – 225 с.
7. Самурин В.К. Франчайзинг. Актуальные проблемы и мировой опыт. М., Изд-во Юнити, 2013. – 300 с.