

Солтанова Людмила Алановна

Магистрант НАЧОУ ВПО СГА

Направление: Юриспруденция

Магистерская программа: Гражданское право, семейное право, международное частное право

Основные проблемы развития франчайзинга в России

Аннотация. Дана характеристика франчайзинга, как эффективного способа развития бизнеса, в то же время влекущего за собой ряд рисков для участников. Делается вывод о том, что для повышения эффективности и развития франчайзинга в России требуется внесение ряда изменений в действующее законодательство, даны соответствующие рекомендации.

Ключевые слова: право собственности, жилые помещения, передача имущества в пользование, правомочия субъективного права, фактические действия.

Идея развития бизнеса в системе франчайзинга предполагает множество неоспоримых преимуществ для обеих сторон: как для франчайзера (правообладателя), охватывающего более значительную долю рыночного пространства, так и для франчайзи (франшизополучателя), приобретающего право производить и продавать продукт, принятый рынком.

Мировая практика убедительно доказывает, что франчайзинг – один из эффективнейших способов развития бизнеса, как для опытных фирм, так и возникших совсем недавно и желающих развиваться и дальше. Франчайзинг – это наилучшая возможность организовать надежное собственное дело, поскольку:

- франчайзинг способствует развитию малого предпринимательства в стране, положительно влияя на уровень развития отдельных отраслей хозяйства

как путем внедрения новых идей, методов и технологий в малом бизнесе, так и за счет усиления эффективности положительного государственного влияния;

- создает комплексную систему практического обучения для малого предпринимательства без создания, каких – либо специальных учебных структур и программ, повышая тем самым общую культуру предпринимательских отношений;

- франчайзинг способствует решению проблемы занятости населения посредством создания новых рабочих мест;

- обеспечивает развитие внешней торговли и привлечению иностранных инвестиций за счет применения международного франчайзинга;

- франчайзинг способствует повышению активности в предпринимательской среде;

- франчайзинг обеспечивает правовую защищённость малого предпринимательства;

- франчайзинг способствует насыщению рынков высококачественными товарами, услугами и современными управленческими технологиями ведения бизнеса, обеспечивая повышение налоговых поступлений [1, с. 276-279].

При этом каждый из участников франчайзингового договора, имея свои планы и надежды, вправе определить собственные приоритеты и подчинить им логику делового общения [2, с. 62].

Сказанное убедительно подтверждает, что государство должно быть заинтересовано, уделять большее внимание развитию франчайзинга.

Однако важно помнить, что франчайзинговая деятельность влечет за собой и целый ряд рисков для обеих сторон. Прежде всего – это невозможность расторгнуть отношения с франчайзи, не желающим действовать в фирменном формате и следовать правилам системы.

Субсидиарная ответственность, которую, согласно главе 54 ГК, несет российский франчайзер за деятельность франчайзи, на наш взгляд, достаточно серьезная проблема.

Неэффективный франчайзи, работа которого не соответствует требуемым стандартам качества, наносит непоправимый ущерб репутации франчайзера, дискредитируя при этом марку компании. В подобном случае тень падает на всю сеть, поскольку в глазах потребителя любое франчайзинговое предприятие – это «звено одной цепи компаний, действующих под единым брендом» [3, с. 27].

Целесообразно было бы, на наш взгляд, адаптировать зарубежную, значительно более отработанную практику. Во Франции, например, субсидиарная ответственность распространяется на франчайзеров только в том случае, если они поставляют продаваемый продукт [4, с. 71-76].

Еще одна серьезная проблема – сложность бюрократических процедур, лишаящих франчайзинг его потенциальной привлекательности.

Согласно ГК РФ, при заключении договора необходима его двойная регистрация в регистрационных и патентных органах. Для сравнения, в Европе и США передача франшизы требует только регистрации самого договора о франчайзинге [5, с. 31].

В законодательствах многих развитых стран есть законы, которые защищают франшизу от незаконного использования и при этом не вводят для франчайзи сложную систему регистрации. Например, в США существует закон, не позволяющий компаниям и гражданам каким-либо образом наносить намеренный ущерб чужому бизнесу. В то время как в России защитить можно лишь товарный знак [5, с. 56].

Помимо вышесказанного в нашем законодательстве есть масса других положений, мешающих развитию франчайзинга. В – частности, вызывает недоумение, тот факт, что глава 54 ГК РФ почему – то сориентирована исключительно на торговый бизнес и фактически исключает франчайзинг производителя.

Необходимость повышения эффективности и развития франчайзинга в России требует внесения изменений в законодательство. Для этого необходимо:

- 1) ввести понятие и определение франчайзинга ;

2) сформировать основные понятия, такие как товар, объект франчайзинга и субъекты франчайзинга(франчайзер и франчайзи);

3) Определить типологию видов франчайзинга и особенности их использования;

4) Ввести понятие франшизы (договор франчайзинга).

Все эти изменения должны приблизить как законодательство и терминологию франчайзинга к мировой практике, что особенно важно для налаживания франчайзинговых связей с участием зарубежных развитых компаний и повышению заинтересованности российского предпринимателя.

Литература

1. Гашкова Т.А., Шабанов Т.Е. Перспективы развития и проблемы франчайзинга в России // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. 2013. № 1.

2. Макашев М.О., Земляков Д.Н. Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса. М.: Юнити-Дана, 2012.

3. Макарова О.Ю., Олькова А.Е. Рыночная организация экономики и обеспечение ее конкурентоспособности // Петербургский Экономический журнал. 2014. № 1.

4. Тимерханова Э.Н., Камалов Э., Габдрахманов А.Т. Проблемы и перспективы развития франчайзинга в России // Социально-экономические и технические системы: Исследование, проектирование, оптимизация. 2010. № 53.

5. Белозеров Н.В. Современные проблемы франчайзинга в России // Вестник ИНЖЭКОНа. Серия: Экономика. 2012. № 1.