

к.ю.н. Кожахметова А.Е.

КАТУ им. С.Сейфуллина, Казахстан

магистрант Зайнулова Г.А.

КАТУ им. С.Сейфуллина, Казахстан

Правовое регулирование франчайзинга

Франчайзинг- гражданско-правовой договор, по которому одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за вознаграждение на срок или без указания срока право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс исключительных прав, принадлежащих правообладателю, в т.ч. право на фирменное наименование и коммерческое обозначение правообладателя, на охраняемую коммерческую информацию, на товарный знак, знак обслуживания.

История развития франчайзинга уходит своими корнями в средневековье. В свое время в Британии король предоставлял баронам право собирать налоги на определенных территориях в обмен на различные услуги, например, такие, как обязанность поставлять солдат для армии свободным людям или гражданам городов. Было разрешено (дана франшиза) продавать свои товары на территории города: на рынках и ярмарках. Эти элементы права или привилегий, позволяющие эксплуатировать положение на определенной территории за плату, формировали основу франчайзинга в течение нескольких веков в США. Франчайзинг впервые начал использоваться компанией Зингера по производству швейных машинок. Была создана франчайзинговая система, которая представляла финансово-независимым фирмам исключительные права продавать и обслуживать швейные машины на определенной территории. Эти первые франшизы по своей сути были действующими дистрибутерскими соглашениями с дополнительными обязанностями франчайзи (дилера) обслуживать машины по требованию. Аналогичная система была разработана в 1898г. компанией Дженерал Моторс, по которой дилеры не имели права продавать машины других производителей и были обязаны вложить в дело

собственный капитал для обеспечения высокого уровня обслуживания и поддержания имиджа фирмы-продавца франшиз. Продажа автомашин через систему франшиз ведется и в наше время. Наиболее убедительным примером развития франчайзинговой системы является деятельность фирмы «Мак-Дональдс», которая в настоящее время может рассматриваться как бесспорный лидер в индустрии быстрого обслуживания.

Для крупной компании франчайзинг – это способ распространения бизнеса и получения дополнительных доходов. Для предпринимателей «малого» бизнеса или начинающих) – это один из способов стать владельцем бизнеса. На растущих рынках, таких как Казахстан, франчайзинг является самым быстрым способом обучения предпринимателей практическим стандартам, которые необходимы, чтобы вести прибыльный бизнес. Во всем мире франчайзинг – это способ:

- помогать человеку вести бизнес самостоятельно и не быть в нем одиноким;
- помогать компаниям эффективно расширяться, не неся больших затрат на создание и поддержание своих сетей корпоративных предприятий;
- помогать компаниям превратить свою действующую сеть в эффективно работающий доходный бизнес. Любой вид бизнеса можно превратить во франшизу. Франчайзинговые взаимоотношения могут быть прибыльными для обеих сторон.

Франчайзи (предприниматель, «малый бизнес») заинтересован в максимальных продажах при минимальных затратах, поэтому он должен следовать правилам ведения бизнеса по франшизе (полная система «большого бизнеса») и участвовать в рекламных и маркетинговых компаниях, проводимых франчайзором (продавцом «большого бизнеса»), который и сам усиленно работает над тем, чтобы лидировать в конкурентной борьбе.

Главное, что должен иметь франчайзи от франчайзинга – это действенная помощь в принятии им правильных решений. Он должен хотеть, чтобы франчайзер научил его (своим примером, аудиторными занятиями, рабочими

инструкциями или всем сразу), как принимать правильные решения в условиях неопределенности и риска современной рыночной экономики.

Существуют три основных вида франчайзинга:

- товарный франчайзинг – это франчайзинг в сфере торговли на продажу готового товара. Этот вид деятельности подразумевает приобретение у ведущей компании права на продажу товаров с ее торговой маркой. В этом случае франчайзи покупает на франчайзора товары и после этого он перепродает от имени франчайзора. Как правило, для товарного франчайзинга характерна узкая специализация франчайзи на реализации одного вида товаров и услуг;

- производственный франчайзинг – это франчайзинг на производство товаров. В этом случае фирма, владеющая технологией изготовления некоего продукта, продает местным или региональным заводам сырье для изготовления (например, завод по разливу безалкогольных напитков);

- деловой франчайзинг – называют «франчайзинг бизнес-форматы». При этом способе франчайзор продает лицензию частным лицам или другим компаниям на право открытия магазинов, киосков или целых групп магазинов для продажи покупателям набора продуктов и услуг под именем франчайзора. Одной из первых ласточек делового франчайзинга было открытие первого ресторана быстрого обслуживания мировой франчайзинговой системы МакДональдс.

Франчайзинг – это стартовая площадка для малого и среднего предпринимателя, это столбовая дорога развития бизнеса.

Литература:

1. Закон Республики Казахстан о комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинге).
2. Пугинский Б.И. Коммерческое право М.2017.
3. Зинчук Э.А. Торговое право М.2018.
4. Кожахметова А.Е. Предпринимательское право, Астана, 2019.