

Кожасметова А.Е.
к.ю.н., доцент НАО «КАТУ им. С.Сейфуллина»
Иманкулов А. П.
Магистрант НАО «КАТУ им. С.Сейфуллина»
г.Нур-Султан Республика Казахстан

Комплексная предпринимательская лицензия

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.

Франчайзинг – это комплексная предпринимательская лицензия.

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.

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. Эти первые франшизы по своей сути были действующими дистрибьютерскими 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 практически

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. Франчайзи должен понять и принять основные семь условий, которые он должен выполнять:

1. Полностью принять точку зрения франчайзора, его цели и ценности в «большом бизнесе»;
2. Доверять и уважать франчайзора и, в свою очередь, формировать уважение и доверие франчайзора к себе;
3. Принимать четко установленные правила и обязанности, описанные в договоре, так как после подписания договора они не подлежат никаким изменениям или дополнениям;
4. Стремиться работать и общаться с франчайзором;
5. Связать себя определенными обязательствами с «большим бизнесом», быть верным ему в хорошие и плохие времена;
6. Следовать операционным процедурам и стандартам, установленным франчайзором;
7. Стать частью «большого бизнеса» путем внесения новых идей (с согласия франчайзора) и постоянного вкладывания усилий в бизнес.

Дополнительными условиями принятия франчайзи можно отнести следующие:

- мощная реклама;
- общественное признание;
- обучение;
- помощь на начальном этапе;
- централизованные закупки;
- подготовка и, возможно, выбор местонахождения;
- помощь в организации учета и бухгалтерское обслуживание.

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:

- 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.

- 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). Так, например, американская Coca-Cola, лидирующая на мировом рынке безалкогольных напитков, начала активные действия на казахстанском рынке;

- 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 у франчайзора товары и после этого он перепродает от имени франчайзора. В отдельных случаях ведущая компания имеет отношение и к оплате гарантийных услуг и возмещению расходов на совместную рекламу. Как правило, для товарного франчайзинга характерна узкая специализация франчайзи на реализации одного вида товаров и услуг;

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

Одной из первых ласточек делового франчайзинга было открытие первого ресторана быстрого обслуживания мировой франчайзинговой системы МакДональдс.

Литература:

1. Гражданский кодекс Республики Казахстан
2. Закон Республики Казахстан о комплексной предпринимательской лицензии (франчайзинге)
3. Пугинский Б.И. Коммерческое право М.2017.
4. Зинчук Э.А. Торговое право М.2018.
5. Брагинский М.И. Договорное право М.2016.
6. Давыдова Е.А. Франчайзинг М.2017.
7. Васильева Е.Н. Франчайзинг. Коммерческая концессия. М.2017.
8. Кожамметова А.Е. Предпринимательское право А.2019.
9. Смирнов О.В. Гражданское право М.2015.
10. Кагазов О. Гражданское право А.2010.
11. Князев Д.Г. Налоговые системы зарубежных стран М.2018.
12. Миляков Н.В. Налоговое право М.2014.
13. Петрова Г.В. Налоговое право М. 2010.