

НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ БИЗНЕСА: КОММЕРЧЕСКАЯ КОНЦЕССИЯ И ФРАНЧАЙЗИНГ В РОССИИ

Аннотация: Статья рассматривает современное состояние и перспективы использования коммерческой концессии и франчайзинга в России. В статье рассказываются преимущества и недостатки, с которыми сталкиваются предприниматели, выбирая коммерческую концессию и франчайзинг, а также описано стоит выбирать такой предпринимательский путь или нет.

Ключевые слова: Коммерческая концессия, франчайзинг, предпринимательская среда, инновационные методы, развитие бизнеса.

Франчайзинг (он же коммерческая концессия) – очень удобный способ ведения бизнеса. Наличие узнаваемого бренда заметно снижает риски и помогает предпринимателям начать свое дело. Согласно статистике, 85% новых предприятий закрываются в первые пять лет, в то время как лишь 14% фирм, работающих по франчайзингу, сталкиваются с подобным исходом. Схема обладает плюсами и минусами, о которых будет рассказано далее [1, с.60].

Преимущества франчайзинга:

1. Быстрый старт и узнаваемый бренд: Работа под известным именем, занимая готовую нишу и обращаясь к готовой клиентуре.
2. Доступ к проверенным методам: Возможность использовать разработанные и опробованные методы ведения бизнеса.
3. Участие в маркетинговых стратегиях: Включение в рекламную и маркетинговую стратегию на федеральном уровне.
4. Систематическая поддержка от франчайзора: Регулярная помощь со стороны франчайзора.
5. Адаптация к нововведениям: Использование отработанной системы адаптации к новшествам и улучшениям [3, с. 26].
6. Помощь в выборе месторасположения: Получение помощи при выборе месторасположения и оценке эффективности бизнеса.
7. Дополнительные преимущества системы: Возможность использовать займы, страхование, аренду и приоритетные места.

Развитие малого и среднего бизнеса по франчайзингу приносит:

1. Повышение культуры предпринимательских отношений.
2. Создание новых рабочих мест.
3. Упрощение внедрения инноваций.
4. Стимулирование добросовестной конкуренции.
5. Формирование системы обучения предпринимательству без создания специальных учебных структур.
6. Привлечение инвестиций в российскую экономику.
7. Повышение прозрачности бизнеса и собираемости налогов [5, с.224].

В России, при активно развивающемся бизнесе, коммерческая концессия и франчайзинг становятся всё более важными стратегиями для предпринимателей, стремящихся



успешно войти на рынок и обеспечить устойчивое развитие своих предприятий. Франчайзинг (коммерческая концессия) представляет собой форму партнерства, где предприниматель получает право использования торговой марки, технологий или опыта на основе заключенного договора. Используя этот метод, предприниматели могут снизить риски при запуске своего бизнеса, эффективно воспользовавшись готовым бизнес-форматом и поддержкой концедента. Коммерческая концессия находит широкое применение в различных отраслях, включая общественное питание и розничную торговлю. Она позволяет предпринимателям воспользоваться успешными брендами и опытом, обеспечивая стабильный старт и последующий рост бизнеса.

Франчайзинг в России сталкивается с рядом трудностей. Прежде всего, законодательная неопределенность создает проблемы при заключении контрактов и их последующем исполнении. Это может вызвать затруднения для предпринимателей, желающих воспользоваться этой бизнес-моделью.

Второй проблемой являются финансовые барьеры, с которыми предприятия могут столкнуться при старте. Высокие вступительные взносы и роялти могут создать серьезные трудности для бизнеса.

Третьей сложностью является недостаток поддержки от франчайзеров. Некоторые из них не обеспечивают должной экспертизы и поддержки, что делает сложным успешное развитие франшизы.

Культурные и региональные различия также могут оказать влияние. Россия – это разнообразная страна, и различия в культуре и обычаях могут усложнить адаптацию бизнес-моделей.

Конкуренция с местными брендами представляет еще одну проблему. Иностраные франчайзинговые концепции могут столкнуться с соперничеством с уже устоявшимися местными брендами, что создает трудности для успешного внедрения на рынок.

Неоднородное образование и обучение для франчайзи также вносит свою лепту. Отсутствие стандартов в этой области может сказаться на качестве персонала и репутации франшизы [2, с.7].

Экономические факторы, такие как флуктуации и инфляция, могут добавить давление на франчайзинговые предприятия, усложняя их стабильное функционирование. Вместе эти сложности создают вызовы, но франчайзинг остается значимым и эффективным бизнес-инструментом для компаний в России.

При оформлении договора на приобретение франшизы важно помнить, что в России пока нет закона, который бы полностью регулировал этот процесс. Все необходимые условия и отношения подробно описаны в коммерческой концессии.

Не каждая франшиза обеспечивает стабильную прибыль. Поэтому перед покупкой необходимо тщательно оценить риски и возможные неудачи. Чтобы избежать неприятных сюрпризов, рекомендуется активно общаться с другими покупателями франшиз, делиться опытом и сравнивать результаты и успехи.

Список литературы:

1. Бикташев Т.М. Информационные права и обязанности контрагентов в договоре коммерческой концессии // Сборник аспирантских научных работ юридического факультета КГУ. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2020, Вып. 8. – С. 56-61
2. Бондаренко Д.П. О некоторых особенностях договора коммерческой концессии, осложненного иностранным элементом // Интеллектуальная собственность: правовые, экономические и социальные проблемы: Сборник научных работ аспирантов РГИИС. – М.: РГИИС, 2020. – С. 5-11



3. Воробьев Л.Ю. Коммерческое обозначение в договоре коммерческой концессии // Право интеллектуальной собственности. – М.: Юрист, 2021, № 13. – С. 25-31

4. Гелашвили Е.В. Ограничение прав сторон по договору коммерческой концессии // "Черные дыры" в Российском Законодательстве. Юридический журнал. – М.: "1К-Пресс", 2022, № 4. – С. 122-123

5. Договор коммерческой концессии (франчайзинг). Гражданско-правовые проблемы заключения договора / Багдасарян А.Ф. – М.: Статут, 2020. – 224 с.

