

Шатохина Ю.И., к.э.н., доцент кафедры «Экономическая безопасность учет и право», ФГБОУ ВО Донской технический университет (ДГТУ)»,
Ростов-на-Дону, Россия;
edu@shatohina.ru

Шевченко В.С., студент кафедры «Экономическая безопасность учет и право»,
ФГБОУ ВО Донской технический университет (ДГТУ)»,
Ростов-на-Дону, Россия;
kinorus96@mail.ru;

ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ РИСКИ СУБЪЕКТОВ МСП, РАБОТАЮЩИХ ПО ФРАНШИЗЕ

Аннотация. В статье определен характер франчайзинговых отношений, а также влияние российского нормативного правового регулирования на взаимоотношения франчайзеров, франчайзи и потребителей. Представлены ключевые группы рисков данной сферы экономических отношений. Выделены основные локальные проблемы, которые стоят на пути эффективного организационно-правового регулирования отношений франчайзинговой деятельности в России.

Ключевые слова: Аудит бизнес-процессов, договор коммерческой концессии, масштабирование бизнеса, организационно-правовой риск, поушальный взнос, потребители, репутация, товарный знак, франшиза, франчайзер, франчайзи.

Shatokhina Yu.I., k.e.s., docent of the Department "Economic Security Accounting and Law", Don State Technical University (DSTU),
Rostov-on-Don, Russia;
edu@shatohina.ru

Shevchenko, V.S., student of the Department "Economic Security Accounting and Law", Don State University (DSTU),
Rostov-on-Don, Russia;
kinorus96@mail.ru;

ORGANIZATIONAL AND LEGAL RISKS OF SME PRODUCTS WORKING IN FRANCHISE

Abstract. The article defines the nature of franchise relations, as well as the impact of the Russian regulatory framework on the relationship of franchisers, franchisees and consumers. The key risk groups in this sphere of economic relations are presented. The main local problems that stand in the way of effective organizational and legal regulation of relations of franchising activities in Russia are highlighted.

Keywords: Business process audit, commercial concession agreement, business scaling, organizational and legal risk, spin-down fee, consumers, reputation, trademark, franchise, franchisor, franchisee.

Модель франшизы предлагает уникальные преимущества как для франчайзи, так и для франчайзера. Франчайзи получает право владеть и управлять независимым бизнесом, а франчайзер получает возможность развивать бренд и масштабировать бизнес.

Система франчайзинга позволяет франчайзеру сконцентрироваться на развитии и расширении франчайзинговой системы, не неся при этом ответственности за повседневную работу точек продаж франшизы. Каждое отделение франшизы, как правило, принадлежит и управляется независимо третьей стороной, франчайзи. Эта структура позволяет системе развиваться значительно быстрее, чем она могла бы в противном случае.

С точки зрения франчайзи, контрагент может владеть и управлять бизнесом, который уже может иметь значительную репутацию на рынке. Кроме того, франчайзи может участвовать в системе, которая уже доказала свою эффективность. Это устраняет значительную часть риска, связанного с открытием бизнеса. Еще одним преимуществом является тот факт, что франчайзер, как правило, предоставляет партнеру значительную информацию о повседневной деятельности франчайзингового бизнеса.

С точки зрения потребителя франчайзинговая система представляет собой известное предложение товаров и услуг, снижая риск неудовлетворительного опыта для потребителя. Например, потребители точно

знают, что они получают, заказав Биг Мак в McDonalds¹, даже если клиент никогда не был в этом конкретном месте McDonalds. Потребителям также будет комфортно в других вопросах, таких как стандарты чистоты и безопасности, которые поддерживает McDonalds. Однако рассмотренные преимущества сопряжены с рядом рисков, агрегированные в ключевые блоки (см. рисунок 1).

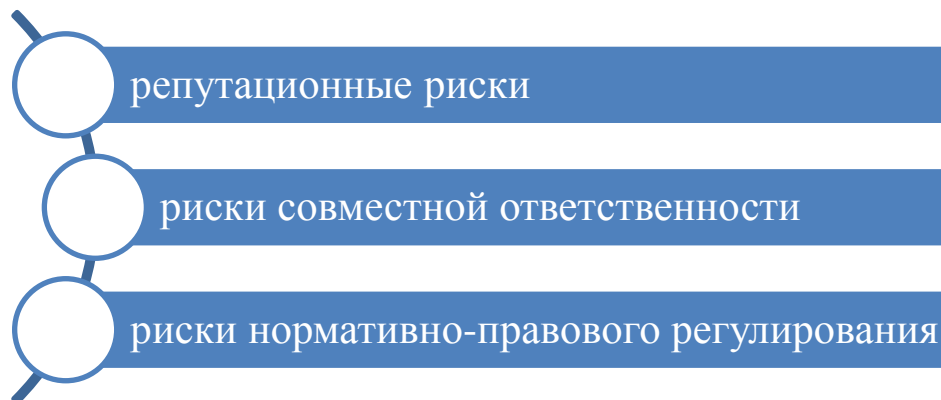


Рисунок 1 – Ключевые группы организационно-правовых рисков, связанные с франчайзинговой деятельностью

Репутационные риски связаны с тем, что франчайзи инвестируют в бизнес-модель, но они также инвестируют в репутацию бренда. Кроме того, франчайзеры зависят от франчайзи для поддержания этой репутации. Когда одна сторона нарушает условия сотрудничества, это наносит серьезный ущерб второй стороне. Ущерб репутации достаточно серьезен, но ошибки могут также привести к юридическим последствиям.

Если франчайзи предъявлен иск, франчайзер может быть привлечен к ответственности в соответствии со стандартом субсидиарной ответственности. Трудовые нарушения оказались особенно сложным вопросом для франшиз. Так, В 2014 году Национальный совет по трудовым отношениям в Соединенных Штатах определил, что McDonald's является совместным

¹ «Макдоналдс» (англ. McDonald's) — американская корпорация, до 2010 года крупнейшая в мире сеть ресторанов быстрого питания, работающая по системе франчайзинга

работодателем в жалобах на франшизы McDonald's. Другими словами, франчайзер частично отвечал за практику трудоустройства франчайзи. В 2015 году Совет пересмотрел свой стандарт для статуса совместного работодателя. На сегодняшний день два или более субъекта являются совместными работодателями одной рабочей силы, если они оба являются работодателями по смыслу общего права, а также разделяют или определяют те вопросы, которые определяют основные условия найма сотрудников.

Относительно нормативно-правового регулирования отношений франчайзера и франчайзи, в большинстве стран в соответствии с правилом франшизы франчайзеры должны предоставить потенциальным франчайзи документ о раскрытии франшизы до подписания контракта. Этот документ содержит подробную информацию о франшизе, включая историю судебных разбирательств, финансовые результаты, требования к рекламе и требования к обучению. Этот документ важен для обеих сторон. Франчайзи, в свою очередь, должен внимательно изучить документ, а деловые решения должны основываться на информации, содержащейся в нем. Это стало решающим моментом в одном судебном процессе с участием Big O Tyres² и франчайзи, который утверждал, что компания использовала мошеннические методы, чтобы побудить его приобрести франшизу. В данном случае франчайзи проиграл судебный процесс, потому что документ, предоставленный Big O Tyres, содержал необходимые факты.

В России франчайзинг набирает обороты с 90-х годов, однако его развитию мешают проблемы нормативно-правового регулирования. Легитимного способ оформления отношений франчайзинга в России – договор коммерческой концессии, который закреплен гл. 54 ГК РФ, однако такие сделки не превышают 10%. Важно отметить, что проблемы российского законодательства в этой сфере имеют комплексный характер, в том числе, затрагивая вопросы регулирования объектов интеллектуальной собственности.

²Корпорация Big O Tyres является одним из крупнейших розничных продавцов шин в Северной Америке с более чем 450 независимыми и эксплуатируемыми предприятиями, расположенными в основном на западе и Среднем Западе США.

Выделим основные локальные проблемы, которые стоят на пути эффективного организационно-правового регулирования отношений франчайзинговой деятельности:

- некорректность применения понятия «коммерческая концессия» к отношениям франчайзинговой деятельности;
- отрицательный правоприменительный опыт в гл. 54 ГК РФ;
- необходимость разработки понятийного аппарата и общих начал регулирования франчайзинга в России;
- необходимость регламентации смежных договоров: поставки товара, трудовых отношений, использования товарных знаков;
- государственная регистрация договора коммерческой концессии не обеспечивает должной защиты;
- преддоговорное раскрытие информации о франшизе;
- проблема ответственности сторон по договору и контроля качества;
- проблема расторжения договора коммерческой концессии и стабильности отношений;
- постдоговорная ответственность сторон и проблема защиты ноу-хау;
- проблемы регулирования зарубежных франчайзеров;
- проблемы правового обеспечения благоприятного экономического климата.

Определяя общие начала регулирования франчайзинга в России с учетом российской правовой действительности, можно сделать вывод, что в нашей стране требуется непосредственное принятие специального законодательства аналогично с учетом международного опыта. Регулирование данной сферы заложит основы государственной политики, принципы отношений и дефиниции, дополнив гл. 54 ГК, не умаляя роли договорного регулирования.

На сегодняшний день франчайзинговая деятельность является одним из приоритетных направлений государственной поддержки малого и среднего бизнеса, в связи с чем многие предприниматели делают выбор в пользу такой бизнес-модели. При этом в российской практике не существует

государственного рекомендованного реестра проверенных и добросовестных франчайзеров. В связи с этим, отдельно стоит отметить организационно-правовые риски, существующие для франчайзи.

Наиболее заметным обязательством является постоянное требование к плательщику франчайзера только за право управлять франчайзинговым бизнесом. Эти платежи не должны были бы выплачиваться, если франчайзи начал свою деятельность независимо от системы франшизы. Тем не менее, эти сборы часто представляют дополнительную ценность для франчайзи из-за узнаваемости бренда и существующей гудвилла на рынке, а также сниженного риска благодаря способности владеть и управлять проверенной бизнес-моделью.

Другой риск или ограничение для франчайзи заключается в том, что франчайзинговый бизнес должен работать в соответствии со строгими требованиями, установленными франчайзером. Это может ограничивать изменения, которые франчайзи может вносить в предложение продуктов и услуг. Это отсутствие контроля над бизнесом может стать источником разочарования для франчайзи, так как он или она могут быть не в состоянии использовать имеющиеся возможности.

Таким образом, отношения между партнерами франчайзинговой деятельности могут быть довольно сложными. Франшиза может быть полезной как для франчайзи, так и для франчайзера. Франчайзер получает возможность расширить систему франчайзинга, одновременно приобретая того, кто увлечен бизнесом, чтобы заботиться о повседневных операциях. Франчайзи получает возможность владеть и управлять проверенным бизнесом и участвовать в сопутствующих финансовых вознаграждениях. Однако данная сфера в России требует значительных изменений в законодательстве.

Список литературы:

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Части 1, 2, 3 и 4. - М.: Юрайт, 2017. - 576 с.
2. Федеральный закон от 24.07.2007 N 209-ФЗ (ред. от 26.07.2017) "О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации"
3. Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы», утвержденным президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам (протокол от 24 декабря 2018 г. N 16)
4. Аналоуи, Ф. Стратегический менеджмент малых и средних предприятий / Ф. Аналоуи, Карамии А.. - М.: ЮНИТИ, 2015. - 407 с.
5. Ватутин, С. Клонирование бизнеса. Франчайзинг и другие модели быстрого роста / С. Ватутин, М.Е. Тришин. - СПб.: Питер, 2016. - 192 с.
6. Котлер, Ф. Стратегический менеджмент по Котлеру: Лучшие приемы и методы. / Ф. Котлер. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 132 с.
7. Угрюмова Н.В., Блинов А.О. Теория организации и организационное поведение. - СПб.: Питер, 2015. - 288 с.

References:

1. Civil Code of the Russian Federation. Parts 1, 2, 3 and 4. - M.: Yurayt, 2017. - 576 p.
2. Federal Law of 24.07.2007 N 209-FZ (as amended on 26.07.2017) "On the development of small and medium-sized businesses in the Russian Federation"
3. The national project "Small and Medium Entrepreneurship and Support for Individual Entrepreneurial Initiatives" approved by the Presidium of the

Presidential Council for Strategic Development and National Projects
(Minutes No. 16 of December 24, 2018)

4. Analoui, F. Strategic management of small and medium-sized enterprises / F. Analoui, Karami A. .. - Moscow: UNITI, 2015. - 407 p.
5. Vatutin, S. Business Cloning. Franchising and other models of rapid growth / S. Vatutin, ME Trishin. - SPb .: Peter, 2016. - 192 c.
6. Kotler, F. Strategic management for Kotler: Best practices and methods. / F. Kotler. - M .: Alpina Publisher, 2016. - 132 p.
7. Ugryumova N.V., Blinov A.O. Organization theory and organizational behavior. - SPb .: Peter, 2015. - 288 p.