

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Г.К. Засыпкин
студент БГУЭП, Иркутск

Большая часть малых и средних предприятий, существующих в Российской Федерации, в качестве основного вида деятельности осуществляют розничную (оптовую) торговлю или оказывают услуги (доля малых предприятий по ОКВЭД «оптовая и розничная торговля...» составляет 50%, а «операции с недвижимым имуществом, оказание услуг...» - 20%). Плюсы указанных видов деятельности очевидны – нет необходимости в ресурсоемких технологиях и производственных мощностях. Персонал такой фирмы не требует особой подготовки. Стоит отметить и недостатки рынка торговли, продажи и перепродажи товаров, главный из которых – емкость. Как правило, большую его долю занимают развитые торговые сети, с мощной рекламной политикой, наработанной базой контрагентов и с широко известными торговыми знаками.

Концепция устойчивого развития в данном контексте может выступать как комплексное решение отмеченной проблемы. Устойчивое развитие предприятия – это такое состояние производства и реализации продукции, при которой не только сохраняется стабильно высокий результат функционирования предприятия, но и наблюдается его рост.

Рисунок 1



Устойчивое развития предприятия – сложный механизм, включающий в себя разнообразные аспекты деятельности предприятия (рис. 1).

Зачастую руководители уделяют недостаточное внимание информационным и правовым технологиям. Необходимо осознать, что в экономике XXI века главный капитал — не природные ресурсы, а человеческий потенциал и информация, доверие к компании (бренду), то есть так называемые «нематериальные ресурсы».

Прежде чем затронуть данный термин, необходимо разграничить понятия «нематериальные ресурсы» и «интеллектуальная собственность».

Нематериальные ресурсы – экономическое понятие, используемое в бухгалтерском учете.

Термин интеллектуальная собственность по своей сути является некорректным, и в юриспруденции не используется. С принятием Четвертой части Гражданского Кодекса Российской Федерации (18.12.2006 г.) в российском праве появилось понятие «исключительное право на результат интеллектуальной деятельности». Редко встречается в отечественной правовой доктрине понятие «бренд». По своей сути оно включает в себя целый комплекс исключительных прав – товарный знак (знак обслуживания), коммерческое обозначение, наименование места происхождения товара. В понятие бренда также входит деловая репутация, то есть определенное позитивное мнение общественности касательно субъекта хозяйственного оборота.

В зарубежной бизнес-практике широкое распространение на протяжении последних десятилетий получила такая форма ведения предпринимательской деятельности, как коммерческая концессия (франчайзинг). В мире насчитывается более 16,5 тысяч франчайзоров и более 165,5 тысяч франчайзи, в США доля франчайзинга в общем объеме розничного товарооборота составляет 34%, в странах Западной Европы - 12%¹.

По договору коммерческой концессии одна сторона (правообладатель, франчайзер) обязуется предоставить другой стороне (пользователю, франчайзи) за вознаграждение право использовать в предпринимательской деятельности пользователя комплекс принадлежащих правообладателю исключительных прав, включающий право на товарный знак, знак обслуживания, а также права на другие предусмотренные договором объекты исключительных прав, в частности на коммерческое обозначение, секрет производства (ноу-хау). В России франчайзинг только набирает обороты – в 2009 году данной схемой ведения бизнеса воспользовался всего лишь 1% всех предпринимателей России².

¹http://www.businessindevelopment.nl/uploaded_files/Franchising_and_Microfranchising_in_Ghana.pdf?nocache=1251774880 (17.04.2010 г.)

² Корчагина Н. П. Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации (по-статейный). М., 2008. С. 389.

Плюсы франчайзинга очевидны – на самом старте в распоряжение предприятию дается франчайзинговый пакет, тщательно подобранный и проверенный набор инструментов для успешного ведения бизнеса. По статистике, только 5% предприятий - франчайзи терпят неудачу в первые пять лет и ликвидируются, в то время как аналогичный показатель для стандартных предприятий - 90%. Более того, цена товаров с товарными знаками на мировом рынке на четверть выше, чем аналогичных товаров, не маркированными товарными знаками³.

Таким образом, франчайзинг является системной базой для устойчивого развития предприятия, которую могут применить для себя как новые предприятия, так и давно функционирующие.

Список литературы:

1. Корчагина Н. П. Комментарий к части четвертой Гражданского кодекса Российской Федерации / Н. П. Корчагина, Е. А. Моргунова, В. В. Погуляев / под общ. ред. В. В. Погуляева. – М.: Юстицинформ, 2008. – 639 с.

2. Усольцева С. В. Право интеллектуальной собственности в РФ / С. В. Усольцева. – Иркутск: Изд-во Иркут. ун-та, 1999. – 180 с.

3. "Economic Impact of Franchised Business" (IFA Educational Foundation 2007) [Электронный ресурс] // http://www.businessindevelopment.nl/uploaded_files/Franchising_and_Micro_franchising_in_Ghana.pdf?nocache=1251774880 (17.04.2010 г.)

³ Усольцева С. В. Право интеллектуальной собственности в РФ. Иркутск, 1999. С. 60.

FRANCHISING AS A WAY OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF BUSINESS

G. K. Zasyepkin
Student of BNUEL, Irkutsk

УДК 339.187.44; 347.45/.47
ББК 65.422; 67.404.3

Аннотация

Концепция устойчивого развития как инструмент успешного хозяйствования предприятия в бизнес-среде.

Информационные и правовые технологии как главный капитал экономики XXI века.

Разграничение понятий «нематериальные ресурсы», «интеллектуальная собственность», «бренд».

Исключительные права на средства индивидуализации. Деловая репутация.

Договор коммерческой концессии как инновационная схема ведения бизнеса. Сущность договора коммерческой концессии. Популярность франчайзинга в России и в мире.

Ключевые слова

Устойчивое развитие предприятия. Исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности. Нематериальные активы. Франчайзинг. Коммерческая концессия.

Key words

Sustainable development of business. Intellectual property of Russia. Intangible assets. Franchise. Franchising.