

УДК – 33

Писчикова Е.А.

студент

Научный руководитель: Лебедев А.Н., д.э.н.,

Московский государственный педагогический университет

ОБЩИЕ И ЛОКАЛЬНЫЕ МЕХАНИЗМЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В РОССИИ.

Аннотация: В статье рассмотрены общие и локальные механизмы регулирования франчайзинга. В ходе написания статьи были проанализированы универсальные подходы к регулированию франчайзинговых взаимоотношений, включая международные стандарты и законодательные инициативы. Были рассмотрены локальные механизмы, которые адаптированы к культурным, экономическим и социальным условиям стран и регионов.

Статья отражает значимость правового регулирования, которое обеспечивает общие, стандартизованные правила ведения бизнеса для всех участников франчайзинговых систем, что способствует их развитию и устойчивости. Помимо общих методов правового регулирования рассматриваются локальные методы, которые акцентируются на особенностях и потребностях местных рынков, что позволяет адаптировать франчайзинговые модели к конкретным условиям.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзи, правовое регулирование, локальные механизмы правового регулирования.

Pischikova E.A.

student.

Scientific director: Lebedev A.N.

Doctor of Economics

Moscow State Pedagogical University

GENERAL AND LOCAL MECHANISMS OF REGULATION OF FRANCHISING IN RUSSIA.

Abstract: *The article discusses the general and local mechanisms of regulation of franchising. During the writing of the article, universal approaches to regulating franchise relationships, including international standards and legislative initiatives, were analyzed. Local mechanisms that are adapted to the cultural, economic and social conditions of countries and regions were considered.*

The article reflects the importance of legal regulation, which provides common, standardized business rules for all participants in franchise systems, which contributes to their development and sustainability. In addition to general methods of legal regulation, local methods are considered, which focus on the specifics and needs of local markets, which makes it possible to adapt franchise models to specific conditions.

Keywords: *franchising, franchisee, legal regulation, local mechanisms of legal regulation.*

Развитие современной системы франчайзинга берет начало с производства, обслуживания и продаж швейных машин Зингера. Исаак Зингер усовершенствовал механизм швейной машины добавлением ножной педали, столика для ткани и ножки для иголки, что являлось большим преимуществом и возможностью выйти на мировой рынок. В

1854 году вместе со своим адвокатом Эдуардом Кларком Исаак Зингер занимается строительством завода, где будут массово производиться швейные машины и сменные комплектующие.

Популяризация усовершенствованных швейных машин росла с помощью революционных схем для того времени: лизинг-покупку, то есть аренду с выкупом, постпродажный сервис – комплекс обслуживающих услуг после продажи товара покупателю, презентация продукции.

В 1858 году работают 4 завода, которые производят около 3.000 машин в год.

Компания Исаака Зингера (Singer & Co) впервые подписала договор с дистрибуторами, по которому они получали право на продажу и ремонт швейных машинок. Это был договор на передачу франшизы.

Договор с дистрибуторами включал в себя регулирование не только права франчайзи на продажу швейных машин, но и обязывал франчайзи оказывать сервисные работы – техническое обслуживание этих машин после приобретения их покупателем. Компания Зингера стала началом развития франчайзинга в мире.

В 1950 году франчайзинг выходит на новый уровень. Помимо товарного знака франчайзи теперь получал еще технологии производства, рецепты, рекламные материалы, форменную одежду для персонала, модель обучения. Теперь франчайзинг применялся не как распространение продукции, а как особая модель ведения бизнеса, где франчайзер и франчайзи получали выгоду от ведения такого бизнеса и ограничивались минимальными рисками.

С постепенным развитием франчайзинга, особенно в США, пришло осознание важности создания стандартов и определенных правил, которые будут управлять и координировать отношениями между франчайзерами и франчайзи. Появилась необходимость разработки законодательных и нормативных актов, регулирующих эту сферу.

Регулирование франчайзинга включает в себя несколько общих механизмов, которые помогают обеспечить защиту интересов как франчайзера, так и франчайзи, а также способствуют стабильности и прозрачности всей системы.

Договорные отношения. Основой франчайзинга является франчайзинговый договор, или договор коммерческой концессии, который регулирует права и обязанности сторон. Он должен включать в себя следующие пункты: сроки действия договора, условия расторжения договора, роялти, территориальные ограничения.

Регулирование законом. Во многих странах действуют законы, регулирующие франчайзинг. Законы включают требования к ведению бизнеса, раскрытию информации, защите прав франчайзи. В 1978 году Федеральная торговая комиссия США приняла постановление №436 «Требования о раскрытии информации, запретах, касающихся франчайзинга, и благоприятных условиях предпринимательства».

Системы поддержки и обучения. Франчайзеры предоставляют своим франчайзи корпоративное обучение для соблюдения политики и стандартов компании. Корпоративная поддержка франчайзи включает в себя тренинги, маркетинговую поддержку, доступ к ресурсам.

Контроль качества. Как правило, франчайзеры устанавливают стандарты качества и контроля, чтобы гарантировать, что франчайзи соблюдают брендовые требования. Контроль происходит с помощью таких инструментов, как аудиты, проверки и оценки работы франчайзи.

Системы разрешения споров. Для разрешения споров между франчайзером и франчайзи применяются следующие механизмы: арбитраж, медиация, судебные разбирательства.

Маркетинговые фонды. Франчайзинговые системы создают совместные маркетинговые фонды, где франчайзи могут участвовать в общих рекламных акциях и продвижении бренда.

Этические стандарты. С помощью этических норм и стандартов поведения поддерживаются доверительные отношения и сотрудничество между франчайзером и франчайзи.

Данные механизмы помогают создать стабильную франчайзинговую систему, которая приносит выгоду двум сторонам подобного бизнеса.

Помимо общепринятых механизмов регулирования франчайзинга, были приняты и локальные механизмы, которые варьируются в зависимости от страны, региона. Локальные механизмы часто учитывают местные экономические, юридические и культурные особенности. Рассмотрим локальные механизмы регулирования франчайзинга.

Национальное законодательство: В каждой стране могут действовать определенные законы и нормативные акты, которые регулируют работу франчайзинга.

Локальные правила раскрытия информации. Местные законы стран и регионов могут требовать от франчайзеров предоставления франчайзи определенной, конкретной информации о бизнесе, рисках и условиях.

Региональные ассоциации франчайзеров. В некоторых странах существуют ассоциации, которые представляют интересы франчайзеров и франчайзи, они имеют право разрабатывать свои кодексы поведения и стандарты.

Местные налоговые и финансовые требования. Франчайзеры и франчайзи должны учитывать местные налоговые законы и финансовые требования, которые влияют на структуру роялти, налоги и другие ракурсы ведения бизнеса.

Культурные и социальные факторы. Местные культурные и социальные нормы могут оказывать влияние на то, как франчайзинг ведется в конкретном регионе, это будет касаться маркетинга, качества сервиса и взаимодействия с местными организациями.

Локальные механизмы разрешения споров. Местные арбитражные комиссии и суды могут помочь в вопросах разрешения споров, все зависит от региональной юрисдикции.

Специфические отраслевые нормы. У каждой отдельной отрасли существуют свои правила и стандарты.

Локальные механизмы регулирования франчайзинга обеспечивают правовую защиту и поддержание справедливых условий для всех сторон франчайзинговых отношений.

Общие и локальные механизмы регулирования франчайзинга имеют большое значение в обеспечении справедливости в отношениях между франчайзерами и франчайзи. С появлением данной модели ведения бизнеса появилась острая необходимость в создании и утверждении четких стандартов, которые разделяют интересы всех участников и способствуют стабильному развитию франчайзинговых систем.

Список литературы:

1. Козина Е. Франшизофрения // Бизнес-журнал. – 2007. – № 18. – С. 20–23.
2. Новосельцев О. В. Франчайзинг: история развития, правовое регулирование, оценка // Финансовая газета. – Май 1999. – № 18. – С. 13–15.
3. Приходько Д. Г. Концессия как форма привлечения инвестиций в российскую экономику // Банковское право. – 2005. – № 3. – С. 26.
4. Российская ассоциация франчайзинга. Преимущества франчайзинга [Электронный ресурс]. – URL: <https://rusfranch.ru/> (дата обращения: 30.04.2025).
5. Шейн А. Скотт От мороженого к Интернету. Франчайзинг: инструмент развития и повышения прибыльности вашей компании. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. – 208 с.