

УДК 334.7

*Палама Ифигения,
Студент магистратуры,
Платонова Е.Д., д.э.н., профессор,
Заведующий кафедрой экономической теории и менеджмента,
Институт социально-гуманитарного образования, МПГУ,
Москва, Россия*

ИССЛЕДОВАНИЕ ВИДОВ ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ СИСТЕМ

Аннотация. *Целью работы является выявление видов франчайзинговых систем в современной экономике. Авторами рассмотрена специфика данных систем и их роль в развитии франчайзинга.*

Ключевые слова: *франчайзинг, классификация, франчайзер, лицензиар, франчайзи, франшиза, франчайзинговая сеть.*

RESEARCH OF THE TYPES OF FRANCHISING SYSTEMS

*Palama Iphigenia,
Master's degree student,
Platonova E.D., Doctor of Economics, Professor,
Head of the Department of Economic Theory and Management,
Institute of Social and Humanitarian Education, MPSU,
Moscow, Russia*

Annotation *The purpose of the work is to identify the types of franchising systems in the modern economy. The authors have considered the specifics of these systems and their role in the development of franchising.*

Keywords: *franchising, classification, franchisor, licensor, franchisee, franchise, franchise network.*

В современной экономике франчайзинг выступает системой экономических отношений, при котором франчайзер, являющийся создателем проверенной и успешной бизнес-концепции, предоставляет франчайзи право полностью копировать и использовать его бизнес-модель при создании собственного бизнеса и последующего ведения своего дела.

Возникновение франчайзинга связано с именем Исаака Зингера, который являлся основателем всемирно известной компании «Singer Sewing machine company». С момента появления первых систем франчайзинга были опробованы различные системы для организации взаимодействия между франчайзерами и франчайзи в различных секторах бизнеса. Поэтапно сформировались различные формы и виды франчайзинга для того, чтобы охватить все типы бизнес-моделей, востребованных рынком.

Очевидно, что перед покупкой франшизы потенциальный франчайзи должен изучить и проанализировать особенности каждой из предлагаемых бизнес-моделей. Важнее всего то, что он должен изучить и понять сущность видов и форм франшизы, чтобы выбрать самый полезный для себя вариант из франчайзинговых систем. Кроме того, потенциальный франчайзи должен соотнести данные системы со своей финансовой деятельностью и ее особенностями на данном рынке¹. С помощью франчайзера, который имеет многолетний опыт, франчайзи обладает

¹ Сунь Ц, Платонова Е.Д. Финансовая деятельность современного предприятия: содержание, принципы, эффективность [Электронный ресурс]// Электронное научно-практическое периодическое издание «Экономика и социум». 2015. Выпуск № 2-4(15) с.662-669. URL: <https://readera.ru/140113144>

знаниями о том, что может привести к успеху и обеспечить конкурентоспособность его бизнеса. Рассмотрим виды франчайзинговых систем.

Конверсионный франчайзинг. Франчайзер расширяет сеть с помощью компаний аналогичного профиля, помещая их под «зонтик» своей франшизы. Франчайзинговые компании приобретают сильный бренд, присоединяются к сети и используют успешную бизнес-модель. Конверсии обычно уже происходят в соответствующих отраслях. Примером конверсионной франшизы является сеть Century 21 Real Estate - американской франчайзинговой компании агентов по недвижимости, которая основана в 1971 году. В настоящее время она состоит примерно из 14 тыс. независимых брокерских контор в 86 странах и территориях, в которых работает более 147 тыс. специалистов по продажам.

Товарный франчайзинг. Лицензиар продает продукцию со своим товарным знаком через лицензированные компании, которые также обязуются не продавать продукцию конкурентов. Послепродажное обслуживание также предоставляется лицензиатом. В соответствии с договором, франчайзи должен следовать ассортимент услуг и товаров, технологию франчайзинга. В то же время франчайзи является частью системы продаж, контролируемой франчайзером. Товарный франчайзинг широко используется при продаже бензина, различного оборудования, косметики, парфюмерии, одежды и обуви. Примером товарной франшизы являются сеть обувных магазинов «Монарх» и крупная компания «Дженерал Моторс».

Районный франчайзинг. Франчайзер развивает конкретную область и контролирует создание обширной и географически разнесенной сети в соответствии с графиком открытия новых компаний-франчайзи. Примером районной франшизы является Subway - сеть ресторанов быстрого обслуживания, которая была основана в 1965 году Фредом ДеЛюкой. В

настоящее время это крупнейшая по количеству точек предприятий общественного питания сеть в мире. Основной продаваемой продукцией являются субмарина-сэндвичи и кофе.

Сервисный франчайзинг получил распространение и является перспективной технологией для бизнеса. Согласно договору, сервисный франчайзинг является передачей предприятию-франчайзи услуг, исключительные права на оказание, с использованием передовых технологии франчайзера и и при этом получение оборудование и материалы.

С точки зрения исследователя Рязанова А.А. в составе франчайзингового пакета при сервисном франчайзинге франчайзи, как правило, получает: исключительное право использовать при осуществлении предпринимательской деятельности результатов маркетинговой деятельности компании-франчайзера, её идентификационные признаки; брэнд-бук; инструкцию-руководство по вопросам оборудования и использования коммерческой недвижимости; исключительное право оказывать определенный ассортимент услуг; исключительное право использовать разработанные, апробированные и запатентованные франчайзером технологии оказания услуг; оборудование, материалы, поставляемые со скидкой; инструкция-руководство по организации процесса оказания услуг; инструкцию-руководство по работе с клиентами; инструкцию-руководство по подбору и управлению персоналом; услуги по обучению учредителей предприятия-франчайзи и его ведущих специалистов основам эффективных продаж продукции франчайзера; исключительное право использовать при осуществлении предпринимательской деятельности коммерческую информацию, опыт, маркетинговую, экспертную, консалтинговую, аудиторскую поддержку

компании-франчайзера; инструкцию-руководство по ведению и предоставлению отчётности и другие элементы².

Таким образом, франчайзи приобретает право заниматься определенным видом деятельности под торговой маркой компании-правообладателя. Он получает несколько запатентованных прав у франчайзера и он должен платить взносы в рекламный фонд. Франчайзи работает под контролем франчайзера и каждая франчайзинговая точка, должно следовать фирменный стиль и заданную технологию производства. На российском рынке этот вид франчайзинга активно развивается заметно в туристическом бизнесе, в сфере недвижимости, трудоустройства и образовательной деятельности. Важно отметить, что компания *Hilton Inn* в середине 1960-х гг начал действовать в форме сервисной франшизы, а также фирма *Kodak* также действует в форме данного вида.

Производственный франчайзинг – самый эффективный вариант организации современного бизнеса в сфере реальной экономики. Компания, владеющая секретом производства сырья и запатентованной технологией производства конечного продукта, обеспечивает конечного производителя сырьём и передаёт право использования технологии и товарного знака. Франчайзи, по инструкциям франчайзера получает определённые ингредиенты, технологию производства, которые не разглашаются, и осуществляет непосредственный контроль у франчайзера за производственным процессом. В частности, он получает инструкцию-руководство: 1) организация производства; 2) организация работы с клиентами; и 3) управление персоналом.

Пионером производственного франчайзинга считают американскую компанию *The Coca-Cola Company*, основанная в 1892 года. Компания предоставляет конечным производителям специальный концентрат и даёт

² Рязанов А. А. Современные виды франчайзинга Вестник Московского университета имени С.Ю.Витте . Серия 1. Экономика и управление. 2019. № 2 (29) с. 91.

право использовать технологию. Это значит, что она не ведёт самостоятельного строительства заводов по производству продукции, а сотрудничает с компаниями, используя франчайзинговую бизнес-модель. Кроме того, примером промышленной франшизы является Masterfiber, компания, специализирующаяся на производстве резиновых покрытий для спорта и отдыха.

Субфранчайзинг. Лицензиар предоставляет лицензиату право продавать франшизу третьим лицам. Поступления от выплаты лицензиату и права суб-бенефициара делятся между лицензиаром и лицензиатом. Примером Субфранчайзинг является World Class как крупнейшая российская фитнес-сеть, управляющая 51 собственным и 70 франчайзинговыми клубами в 40 городах в 10 странах – России, Казахстане, Грузии, Киргизии, Белоруссии, Турции, Монако, Швейцарии, Кипре и Австралии. Первый клуб открылся в 1993 году в Москве, а франчайзинговая модель запущена в 1997 году. Миссия компании – пропаганда здорового образа жизни и развитие в России фитнес-инфраструктуры мирового уровня³.

Франчайзинг бизнес-формата или деловой франчайзинг является более комплексным чем другие виды. Лицензиар является создателем проверенной успешной запатентованной бизнес-концепции, предоставляет лицензиату право полностью копировать свою бизнес-модель, когда он создает свой собственный бизнес с таким же профилем и продолжает бизнес своей деятельности. Согласно данному виду франчайзинга, не имеет права вносить изменения в эту модель. В результате получатель франшизы полностью идентифицируется потребителями его продукции, а бизнес-сообщество – с франчайзером. Простыми словами франчайзи получает право использования технологии, системы ноу-хау, товарного знака, продаж производства, но он должен работать по единой

³ О компании. URL: <https://topfranchise.ru/products/franshiza-seti-fitness-klubov-world-class/>

методологии и в едином стиле. Он должен также оплатить постоянные взносы для рекламную поддержку.

Оптовый продавец, который является создателем проверенной успешной запатентованной бизнес-модели, предоставляет франчайзи право полностью скопировать свою бизнес-модель, когда он создаёт свой собственный бизнес с таким же профилем и продолжает свою коммерческую деятельность. Простыми словами франчайзеру даёт инструкции по обучению сотрудников, требования к оформлению интерьера, к униформе персонала и другие.

По мнению Л. Ю. Зимины, в зависимости от размера первоначального капитала франшизы, деловой франчайзинг делится на следующие основные подгруппы:

- франшиза рабочее место, где франчайзер создаёт хорошо подготовленное рабочее место для предпринимателя; основные инвестиции – покупка прилавка- фургона;
- франшиза-предприятие, требует крупные инвестиции в производственное оборудование, наличия рабочих помещений, дополнительного наемного персонала;
- инвестиционная франшиза, её цель – возвращение первоначальной суммы инвестиций.⁴

Следует отметить, что, франчайзи не имеет право вносить какие-либо изменения в эту модель Ярким примером использования данного вида является всемирно известная фирма *fast food – MacDonald's*, которую основали братья Ричард и Морис Макдональды. В связи с санкционной политикой США данная сеть в России прекратила свою деятельность, а сеть кафе были проданы российскому инвестору в 2022 году.

⁴Зими́на Л.Ю. Организация бизнеса на основе франчайзинга, 2009, С. 14.

Другим примером бизнес-франшизы является российская сеть 1С, которая специализируется на разработке, распространении, публикации и поддержке компьютерных программ для профессионального и домашнего использования.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что существуют несколько видов франчайзинговых систем, из которых франчайзи может выбрать самый идеальный и эффективный для развития его бизнеса. Различие между некоторыми видами франчайзинга часто бывает условным, и в некоторых системах франчайзинга можно найти элементы различных видов. После подписания договора коммерческой деятельности франчайзи начинает налаживать самостоятельный бизнес. Как показывает практика, франчайзинговая бизнес-модель при правильной организации и управления приносит значительную экономическую выгоду обеим сторонам.

Использованные источники:

1. Сунь Ц, Платонова Е.Д. Финансовая деятельность современного предприятия: содержание, принципы, эффективность [Электронный ресурс]// Электронное научно-практическое периодическое издание «Экономика и социум» .2015. Выпуск № 2-4(15) с.662-669. URL: <https://readera.ru/140113144>
2. ¹Рязанов А. А. Современные виды франчайзинга Вестник Московского университета имени С.Ю.Витте. Серия 1. Экономика и управление. 2019. № 2 (29) с. 91.
3. О компании. URL: <https://topfranchise.ru/products/franshiza-seti-fitness-klubov-world-class/>
4. Зимина Л.Ю. Организация бизнеса на основе франчайзинга, 2009, С. 14.