

ИСТОРИЯ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА И ЕГО МЕСТО НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ

Яковлева Татьяна Александровна

студент, Пензенского государственного университета,

Россия, г. Пенза

Бареева Иркям Адгамовна

научный руководитель, канд. эконом. наук,

Пензенский государственный университет,

Россия, г. Пенза

В современном мире сложно найти форму бизнеса, которая будет самой выгодной. Одной из таких форм является франчайзинг. Как известно, франчайзинг – форма бизнеса, при которой одна компания передает другой временное право на работу под их брендом, а также все секреты производства и проверенную систему организации бизнеса. Данная форма значительно «облегчает» жизнь начинающим бизнесменам, так как избавляет их от утомительных расчётов, а так же снимает с их плеч многие обязанности [1].

Во-первых, любой человек, не имеющий опыта в бизнесе, имея готовый продукт, может его воспроизвести. Зачем что-то изобретать, если ты можешь воспользоваться тем, что кто-то уже изобрёл? Будет намного проще взять готовый продукт и применить его в своем регионе, городе. В таком случае шансы на успех намного выше, ведь вам не придется раскручивать продукт или привлекать клиентов. Например, начиная работать под логотипом известного бренда, франшиза которого существует давно и имеет уже свою репутацию и достаточно большую лояльную аудиторию, вы увеличиваете свои шансы на успех в несколько раз.

Во-вторых, это большая экономия времени, так франчайзер предоставит вам готовый дизайн-проект помещения и фасада, поможет подобрать персонал

для вашего предприятия, передаст все необходимые материалы для проведения рекламной кампании открытия.

В-третьих, франшиза подразумевает постоянную текущую поддержку от управляющей компании. Это может быть как рекламная поддержка, так и консультации по ведению бизнеса, контроль за состоянием дел и другая подобная помощь. Однако не стоит думать, что франшиза – это одна из разновидностей работы по найму. Ваш бизнес остаётся вашим и управление полностью в ваших руках. Франчайзер может давать только советы и рекомендации, чтобы уберечь вас от ошибочных решений.

Однако мало кто задумывается, над непростой историей развития и внедрения франчайзинга. История данной формы бизнеса корнями уходит вглубь веков. Слово франчайзинг произошло от французского «franchir», что означает «привилегия, льгота, освобождение от налога». Данная привилегия выдавалась монархами в средние века. Рядом историков было выдвинуто мнение о том, что первым историческим лицом, получившим франшизу (в данном случае, на развитие торговли с Новым миром) от испанской королевы Изабеллы I Кастильской, был Христофор Колумб. Конечно, это только предположение [3].

С уверенностью можно говорить о том, что система франчайзинга впервые появилась в США в конце 19 века. Первый франчайзер – Исаак Меррит Зингер, основал всемирно известную компанию («Zinger») по производству швейного оборудования. В 1851 году Зингер вместе с его партнером Эдвардом Кларком организовали «Объединение швейных машин». Коммерческие предприятия, которые вошли в это объединение, получили право выпускать продукцию под торговой маркой Zinger, благодаря чему Исаак Меррит Зингер получил неоспоримое преимущество перед тремя другими крупнейшими производителями швейных машин и в несколько раз увеличить прибыль своей компании.

Схожая система была создана в 1898 году компанией Дженерал Моторс (General Motors), по которой дилеры не имели права продавать машины разных

производителей, и были вынуждены вложить в это дело собственные деньги для того чтобы обеспечить высокий уровень обслуживания и поддержания имиджа фирмы – продавца франшиз. Такая торговля автомашин через систему франшиз ведется и в наши дни.

Франчайзинг успешно применялся и применяется сейчас в производстве бутылочных безалкогольных напитков такими компаниями, как Кока-Кола (Coca-Cola), Пепси (Pepsi), Сeven-Ап (7UP). Франчайзи имели и имеют право покупать фирменные бутылки и использовать фирменные

Особую популярность идея франчайзинга приобрела после Второй Мировой войны, когда десятки тысяч американцев вернулись с войны на экономическую сцену и начали приобретать франшизы известных американских компаний и развивать свои предприятия. В американской прессе того времени франчайзинг слыл бизнес-революцией XX века и реализацией «американской мечты».

Именно тогда, в 1945 году Рэй Крок, который впоследствии основал знаменитую и очень популярную сегодня компанию McDonald's, и заинтересовался причинами популярности одного небольшого ресторана в San Bernardino на Западе США. Затем он обратился к владельцам этого ресторана и получил лицензию на право купли-продажи таких же ресторанов. В 1955 году Рэйем Кроком была основана компания McDonald's System, Inc., которая является родоначальником франчайзинга бизнес формата (Business Format Franchisings), то есть франчайзинга в его современном виде, когда вместе с франшизой передается целая система ведения бизнеса [3].

В России франчайзинг появился только в 1996 году со вступлением в действие II части Гражданского Кодекса РФ, в главе «Коммерческая концессия» появилось правовое регулирование франчайзинга в России.

В настоящее время в России франчайзинг набирает обороты и если в 1990-х действовало всего 3 франшизы («Дока Пицца», «Дока Хлеб», «Баскин Роббинс»), то сегодня число компаний измеряется тысячами, среди которых лидируют: «Лукойл», «Шоколадница», «Пятёрочка» и другие.

В связи с быстрым развитием франчайзинга, в 2006 появилась Награда Национальной премии Golden Brand, которая считается признанным во франчайзинговом сообществе знаком качества эффективности и надежности франчайзингово модели ведения бизнеса. Данная премия вручается за выдающиеся достижения в управлении брендов в России и ставит задачей привлечение внимания к наиболее устойчиво развивающимся франчайзинговым компаниям, которые практикуют высокие стандарты бизнеса. Лауреатами премии «Франчайзер Года» уже стали более 30 брендов, совершивших прорыв в франчайзинговом направлении на территории РФ [2].

Список литературы:

1. Гамза, В. А. Настольная книга предпринимателя. Банковские операции, финансовые инструменты, консалтинговые услуги / В.А. Гамза. – М.: Изопроект, 2004. – 756 с.
2. Golden brand. – URL: <https://www.goldenbrand.ru> (дата обращения: 25.02.2019)
3. Ягудин, С. Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг / С. Ю. Ягудин. – СПб.: Питер, 2011. – 256 с.