

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/151830>

Тип работы: Контрольная работа

Предмет: Гражданское право

1. Механизм формирования системы франчайзинга

Франчайзинг - явление объективное, которое сложилось исторически и прочно закрепилось в развитых странах под воздействием объективных потребностей экономического развития.

В мировой практике франчайзинг известен давно. Некоторые специалисты ведут его летоисчисление со Средних веков. Однако в наше время, несмотря на французское имя «франчайзинг» представляет собой чисто американский феномен. Первый широко известный опыт связан с популярным производителем швейных машин, компанией «Зингер», которая организовала по этой схеме сбыт, а главное - послепродажное техническое обслуживание своих изделий. В начале XX в. франчайзинг стал широко применяться американскими производителями автомобилей, поставщиками нефтепродуктов, а также в розливе и сбыте безалкогольных напитков.¹

1. Механизм формирования системы франчайзинга

Франчайзинг - явление объективное, которое сложилось исторически и прочно закрепилось в развитых странах под воздействием объективных потребностей экономического развития.

В мировой практике франчайзинг известен давно. Некоторые специалисты ведут его летоисчисление со Средних веков. Однако в наше время, несмотря на французское имя «франчайзинг» представляет собой чисто американский феномен. Первый широко известный опыт связан с популярным производителем швейных машин, компанией «Зингер», которая организовала по этой схеме сбыт, а главное - послепродажное техническое обслуживание своих изделий. В начале XX в. франчайзинг стал широко применяться американскими производителями автомобилей, поставщиками нефтепродуктов, а также в розливе и сбыте безалкогольных напитков.¹

В настоящее время в России уже никого не удивить товарами и услугами, обозначенными известнейшими товарными знаками таких фирм как «Кока-Кола», «Адидас», «Ксерокс», «Savage», «Макдональдс» и многих других. Эти товарные знаки однозначно ассоциируются у нас с определенным производителем, имеющим высокую репутацию, и косвенно указывают на высокое качество товаров и услуг. Одним из эффективных каналов дистрибуции, по которому эти товары распространяются внутри стран и по всему миру, является малоизвестный у нас франчайзинг. Лишь 10% россиян смогут уверенно объяснить суть франчайзинга. Те, кто знаком с этим явлением, несомненно, удивятся, узнав, что в США каждое второе предприятие малого бизнеса в начале следующего столетия будет работать по договору франчайзинга. Современный франчайзинг является относительно новым явлением в экономике, хотя его корни уходят в средневековье. За последние несколько лет все больше предприятий, функционирующих на российском рынке, заявляют о желании использовать франчайзинг для развития своего бизнеса. В ближайшие годы франчайзинг может стать одним из наиболее эффективных методов выхода предприятия на региональный рынок России. Франчайзинг доказал свою эффективность и интенсивно развивается благодаря высокой степени выживаемости франшизных предприятий.

По своей сущности франчайзинг представляет собой систему взаимоотношений, заключающуюся в возмездной передаче одной стороной (фирмой, имеющей, как правило, ярко выраженный имидж и высокую репутацию на рынке товаров и услуг) другой стороне (фирме или индивидуальному частному предпринимателю) своих средств индивидуализации производимых товаров, выполняемых работ или оказываемых услуг (товарный знак или знак обслуживания, фирменный стиль), технологии ведения бизнеса и другой коммерческой информации, использование которой другой стороной будет содействовать росту и надежному закреплению на рынке товаров и услуг. При этом передающая сторона обязуется оказывать содействие в становлении бизнеса, обеспечивать техническую и консультационную помощь.

Приобретающая права сторона производит платежи за право использования в предпринимательской деятельности исключительных прав франчайзера и оказываемые услуги, целью которых является поддержка франчайзи.

Правообладатель имеет право передавать свои права неограниченному числу лиц с правом или без права дальнейшей передачи, что должно быть отражено в договоре. Использование передаваемых франчайзером прав не лишает франчайзи юридической самостоятельности, однако в целях сохранения своей репутации франчайзер наделяется контрольными функциями в части использования пользователем переданных прав и исполнения стандартов ведения деятельности. Корпоративные стандарты должны быть разработаны франчайзером и являются предметом франшизы, то есть всего пакета предложений, являющихся предметом договора.

Франчайзинг предполагает собой длительные и стабильные отношения партнеров, что позволяет обеспечить предсказуемость развития системы и дает возможность установления длительных перспективных целей. На стадии разработки, безусловно, возникают определенные трудности, так как вся система договорных отношений должна быть приведена к единому смыслу и выработана единая корпоративная философия ведения бизнеса. И это, естественно, требует изменения стереотипов мышления у всех без исключения сотрудников фирмы франчайзера, только после этого можно серьезно говорить о франчайзинге.

В основе построения системы франчайзинга лежит соглашение (договор), в соответствии с которым одно лицо (франчайзер) предоставляет другой стороне (франчайзи) в обмен на вознаграждение право использовать принадлежащие франчайзеру права на интеллектуальную собственность (товарные знаки, технологии и т.д.). И франчайзерами, и франчайзи являются зарегистрированные в соответствии с правом той или иной страны субъекты рынка.

Франчайзинг - организация бизнеса, в которой компания (франчайзер) передает независимому человеку или компании (франчайзи) право на продажу продукта или услуги от имени этой компании. Франчайзи обязуется продавать этот продукт или услугу по заранее определенным законам и правилам ведения бизнеса, которые устанавливает франчайзер.

Во франчайзинговом процессе принимают участие, по меньшей мере, две стороны, между которыми заключен договор франчайзинга (франшиза).

Первая сторона - франчайзер (правообладатель) - является владельцем исключительных прав: товарного знака, фирменного стиля, патента, идеи, авторского права. Он предлагает продать партнеру (франчайзи) право на использование своей торговой марки, обучение, использование своих технологий, а также распространение своих товаров.

Вторая сторона - франчайзи - юридическое лицо, стремящееся создать собственное предприятие на основе рентабельной формулы бизнеса. Франчайзи осуществляет свою деятельность под товарным знаком франчайзера, использует его репутацию на рынке и по своему стилю идентифицируется с франчайзером. За пользование правами франчайзера и оказываемую поддержку франчайзи производит определенные платежи.

Франчайзинговая компания (франчайзи) осуществляет свою деятельность на договорных отношениях с компанией-изготовителем товаров или услуг (франчайзером). В обмен на преимущества надежно и успешно работающей компании, имеющей известную торговую марку и свою методику ведения бизнеса, франчайзи отдает франчайзеру часть

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Давыдова Е.Л. Франчайзинг: учебное пособие. - М.: ФГБОУ ВПО «РЭУ им. Г.В. Плеханова», 2017. - 120 с.
2. Земляков Д.Н. Франчайзинг. Интегрированные формы бизнеса. - М.: Издательство «Юнити-Дана», 2019.
3. Иванов Г.Г., Холин Е.С. Франчайзинг в торговле. - М.: ИНФРА-М, 2020. - 104 с.
4. Рыкова И.В. Франчайзинг: новые технологии, методология, договоры. - М.: Современная экономика и право, 2020.
5. Сосна С.Л., Васильева Е.И. Франчайзинг. Коммерческая концессия. - М., 2017. - 376 с.
6. Стэнвард Дж., Смит Б. Франчайзинг в малом бизнесе: пер. с англ. - М.: Аудит, 2018.
7. Ягудин С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг. - СПб.: Питер, 2017. - 256с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/151830>