

DESPRE CONTABILITATEA OPERAȚIILOR GENERATE DE SISTEMUL FRANCIZEI

*Conf. univ. dr. Natalia ZLATINA, ASEM, nzlatina@yahoo.com
Conf. univ. dr. Mihail MANOLI, ASEM, mmanoli2002@yahoo.com*

Franchising is simply a method for expanding a business and distributing goods and services through a licensing relationship. The subject of a franchising contract is the right to a trademark or the right to use of a certain component of technology. The given right in accordance with Moldovan national standards is referred to non-material assets under the franchising contract. A special attention is given to accounting concepts for franchise.

Cuvinte-cheie: contabilitate, franciză, franchising.

JEL: M 41

Franciza este o formă de cooperare, care îmbracă forma unui contract, prin care o persoană numită franchiser îi acordă unei alte persoane, numită beneficiar sau franchisee, dreptul de exploatare a unui ansamblu de drepturi de proprietate industrială sau intelectuală, în scop de producție sau de comercializare a anumitor tipuri de produse și/sau de servicii. Baza juridică a tranzacțiilor de franciză o reprezintă contractul de franchising. Așa cum prevede articolul 1171 din Codul civil al Republicii Moldova, contractul de franchising este unul cu executare succesivă în timp, prin care o parte (franchiser) și cealaltă parte (franchisee), entități autonome, se obligă reciproc să promoveze comercializarea de bunuri și servicii prin efectuarea, de către fiecare din ele, a unor prestații specifice. Deci, contractul de franciză este un contract bilateral, cu titlu oneros, ce implică colaborare strânsă între părți, independente, din punct de vedere financiar și reprezintă temelia unui parteneriat solid între cele două părți contractante: franchiserul și franchiseeul.

Franchiserul este entitatea care îndeplinește cel puțin 3 condiții, și anume: are o marcă înregistrată la AGEPI¹; o afacere ce corespunde activității de franchising în derulare; experiență necesară, pe care o va pune la dispoziția viitorilor franchisee. Pentru derularea afacerii franchiseeul este, conform art. 1174 din Codul civil, persoana fizică sau juridică, obligată să utilizeze programul de prestare a francisei în mod activ și cu diligența unui bun întreprinzător; să procure bunuri și servicii prin franchiser sau prin intermediul unei persoane desemnate de acesta, dacă măsura respectivă are legătură nemijlocită cu scopul contractului precum și să îndeplinească condițiile impuse de franchiser, ca, de exemplu: să dezvolte și să mențină rețeaua de franciză, să furnizeze franchiserului informațiile necesare, pentru analiza situației reale financiare și performanței utilizării francizei, să nu divulge altor persoane know-how-ul furnizat de franchiser, atât pe durata contractului, cât și ulterior.

O afacere constituită în sistem de franciză implică, de regulă, din partea persoanei fizice sau juridice devenite franchisee, achitarea următoarelor categorii principale de taxe și plăți:

↳ *plata inițială de franciză*, care permite franchiseeului să beneficieze de toate avantajele oferite de franchiser și rețeaua de franciză. Taxa inițială de franciză se achită o singură dată, la intrarea în sistemul de franciză și se prezintă, de regulă, sub forma unei plăți în formă fixă, ce poate varia între câteva mii și câteva sute de mii de lei. Plata în cauză reprezintă remunerarea franchiserului pentru acordarea dreptului de a folosi marca și sistemul său de lucru, care anterior au generat cheltuieli în activitatea acestuia. În practica internațională, mărimea acestei taxe se situează între 5 – 10% din costul total al francizei.

↳ *taxa de royalty (redevență)*² care, în general, trebuie plătită periodic, lunar sau trimestrial, ca procent din vânzările totale, brute sau nete. În anumite cazuri, aceasta poate fi o sumă fixă ce

¹ Agenția de Stat pentru Proprietate Intelectuală a Republicii Moldova (abreviat – AGEPI)

² *Royalty (redevență)* – plăți de orice natură primite în calitate de recompensă pentru utilizarea ori transmiterea dreptului de utilizare a oricărui drept de autor și/sau a drepturilor conexe, inclusiv asupra unei opere literare, artistice sau științifice, inclusiv filme de cinema și filme sau benzi pentru televiziune sau radiodifuziune, a oricărui brevet de invenție, marcă comercială, design sau model, plan, produs soft, formulă secretă sau proces, pentru utilizarea ori transmiterea dreptului de utilizare a informației referitoare la experiența în domeniul industrial, comercial sau științific. Codul fiscal RM, titlul II, art.12, 1).

trebuie plătită, chiar în cazul în care afacerea nu aduce profit. Această taxă este justificată prin oferirea către beneficiar a dreptului de a utiliza numele franchiseului și a imaginii entității acestuia. Trebuie, deci, avută în vedere clauza contractuală a taxei de royalty, deoarece aceasta poate obliga beneficiarul la plăți pe toată durata contractului.

↳ *alte taxe asimilate francizei*, cum ar fi: taxa de marketing sau de publicitate, taxa de rezervare, taxa de apartenență la lanțul francizei, taxa de asistență tehnică și servicii etc.

Contabilizarea operațiunilor de franciză este reglementată prin prevederile S.N.C. „Imobilizările necorporale și corporale”¹. Ca orice activitate economică, franciza are un preț care, pentru franchiser, reprezintă un venit, iar pentru franchiseu reprezintă cost.

Exemplu: *Entitatea „Viitorul” S.R.L. a încheiat la data de 01.05.N un contract de franchising pentru 2 ani cu S.A. „Prosperare”. Conform contractului S.A. „Prosperare” acordă „Viitorul” S.R.L. dreptul de a-i vinde produsele, sub marca sa. Produsele vor fi comercializate prin magazinele deschise de „Viitorul” S.R.L., în conformitate cu practica de activitate economică a S.A. „Prosperare”. Așa cum prevede contractul, S.A. „Prosperare” va pune la dispoziția „Viitorul” S.R.L. tehnologiile (know-how) operaționale, tehnice și administrative. Pentru aceste drepturi primite, „Viitorul” S.R.L. se obligă să achite taxa de franciză, la începerea activității, în sumă de 22 740 lei și un procent lunar de 15 % din valoarea produselor cumpărate și recepționate lunar, aceasta reprezentând redevența cuvenită S.A. „Prosperare”. În luna mai, „Viitorul” S.R.L. cumpără marfă de la S.A. „Prosperare” în valoare de 49 000 lei.*

Pornind de la obiectul contractului de franchising și de la poziția părților în acest contract de parteneri la profit, în baza condițiilor din exemplu, se prezintă exprimarea contabilă a operațiilor economice generate de realizarea contractului de franchising la ambele părți contractante. **În contabilitatea franchiserului, S.A. „Prosperare”, se înregistrează:**

1. Înregistrarea și încasarea taxei de intrare, conform documentelor justificative legal valabile²:

Debit 231 „Creanțe privind veniturile din utilizarea de către terți a activelor entității” 27 288 lei

Credit 621 „Venituri din operațiuni cu alte active imobilizate” 22 740 lei

Credit 534 „Datorii față de buget” 4 548 lei, și

Debit 242 „Conturi curente în monedă națională” 27 288 lei

Credit 231 „Creanțe privind veniturile din utilizarea de către terți a activelor entității” 27 288 lei

2. Vânzarea produselor pentru comercializare

Debit 221 „Creanțe comerciale” 58 800 lei

Credit 611 „Venituri din vânzări” 49 000 lei

Credit 534 „Datorii față de buget” 9 800 lei

3. Încasarea sumei datorate pentru produse și taxa pe valoarea adăugată aferentă

Debit 242 „Conturi curente în monedă națională” 58 800 lei

Credit 221 „Creanțe comerciale” 58 800 lei

4. Reflectarea și încasarea veniturilor lunare conform contractului de franchising

Debit 231 „Creanțe privind veniturile din utilizarea de către terți a activelor entității” 8 820 lei

Credit 622 „Venituri financiare” (49000 x 15%) 7 350 lei

Credit 534 „Datorii față de buget” 1 470 lei

Debit 242 „Conturi curente în monedă națională” 8 820 lei

Credit 231 „Creanțe privind veniturile din utilizarea de către terți a activelor entității” 8 820 lei

În contabilitatea franchiseului „Viitorul” S.R.L., se înregistrează:

1. Achiziționarea francizei la 01.05.N, și achitarea acesteia

Debit 112 „Imobilizări necorporale” 22 740 lei

Debit 534 „Datorii față de buget” 4 548 lei

Credit 521 „Datorii comerciale curente” 27 288 lei, și

Debit 521 „Datorii comerciale curente” 27 288 lei

¹ Potrivit p.38 imobilizările necorporale includ invențiile, mărcile, licențele, know-how-urile, **francizele**, programele informatice, desenele și modelele industriale, website-urile, drepturile de utilizare a imobilizărilor corporale primite sub formă de aport la capitalul social, drepturile de autor, drepturile care rezultă din titluri de protecție, alte imobilizări necorporale.

² Din motivul restricțiilor de volum, conturile de gradul II din Planul general de conturi contabile nu se vor indica.

Credit 242 „Conturi curente în monedă națională” 27 288 lei

2. Procurarea produselor în vederea comercializării

Debit 217 „Mărfuri” 49 000 lei

Debit 534 „Datorii față de buget” 9800 lei

Credit 521 „Datorii comerciale curente” 58 800 lei

3. Înregistrarea obligațiilor față de franchiser, și achitarea acestora

Debit 712 „Cheltuieli de distribuire” 7 350 lei

Debit 534 „Datorii față de buget” 1 470 lei

Credit 521 „Datorii comerciale curente” 8 820 lei, și

Debit 521 „Datorii comerciale curente” 8 820 lei

Credit 242 „Conturi curente în monedă națională” 8 820 lei

4. Înregistrarea amortizării lunare a costului francizei (22 740 : 24 luni = 947,50 lei)

Debit 712 „Cheltuieli de distribuire” 947,50 lei

Credit 113 „Amortizarea imobilizărilor necorporale” 947,50 lei

Este de menționat faptul că fiecare franchiser impune anumite standarde de control privind calitatea, standarde care permit sistemului de franciză să ofere un serviciu coerent și pozitiv sau să obțină uniformitatea produsului în întreaga rețea. Prin dezvoltarea și menținerea unor standarde înalte, franchiserul îi face un serviciu imens franchiseului. Franchiseei apreciază standardele înalte și învață că aceste standarde de calitate ale operațiunilor și activităților sunt, în general, cauza principală a succesului. Standardele de calitate constituie o imagine a unui management coerent, asigură profit, crește moralul angajaților și aceștia sunt mulțumiți de munca lor în echipă. Aceste standarde, deși par dictatoriale, folosesc pentru a-i ajuta atât pe franchiser, cât și pe franchisee. Între motivațiile optării către sistemul de franciză, precum și limitele sistemului atât pentru franchiser, cât și pentru franchisee pot fi menționate.

Franchiser

<i>Foloase și câștiguri</i>	<i>Neajunsuri și inconveniențe</i>
<ul style="list-style-type: none">↗ Modalitate relativ simplă de inițiere și extindere a unei afaceri investind costuri minime.↗ Obținerea unor câștiguri ridicate.↗ Sporirea renumelui mărcii și îmbunătățirea imaginii entității pe piață.↗ Informarea permanentă asupra pieței prin intermediul franchiseelor.↗ Creșterea cotei de piață.	<ul style="list-style-type: none">↘ Crearea unei imagini nefavorabile pe piață (datorită lipsei de experiență sau a unui personal pregătit necorespunzător).↘ Acordarea de asistență tehnică și comercială.

Franchisee

<i>Foloase și câștiguri</i>	<i>Neajunsuri și inconveniente</i>
<ul style="list-style-type: none">↗ Beneficiază de un nume de marcă recunoscut.↗ Beneficiază de programe de pregătire managerială, dar și de asistență a personalului comercial.	<ul style="list-style-type: none">↘ Costul francizei.↘ Redevența plătită lunar de către franchiser.↘ Limitarea independenței franchiseeului.
<ul style="list-style-type: none">↗ Beneficiază de programe de publicitate desfășurate pe piața locală sau națională.↗ Obținerea unor avantaje în procesul de aprovizionare (produse și servicii de calitate la prețuri competitive).↗ În general, costurile de intrare într-o franciză sunt mai mici decât în cazul unei afaceri proprii.↗ Obținerea unor câștiguri substanțiale.↗ Riscuri scăzute de faliment (francizele garantează succesul, dacă nu există abateri de la contractul de franchising).	<ul style="list-style-type: none">↘ Restricții cu privire la furnizorii de materii prime, materiale, echipamente etc.↘ Oferirea de programe manageriale și de pregătire necorespunzătoare.↘ Limitarea gamei de produse comercializate.

O afacere proprie, mai ales în sistemul de franciză al unui brand cunoscut, este una din cele mai bune modalități de a avea un câștig financiar. Și ceea ce este mai important e că riscul de eșec este mult mai mic atunci când se practică afacerea în franciză. A cumpăra o licență de franciză înseamnă conducerea afacerii pe propriul risc, însă cu beneficiile folosirii numelui brandului franchiserului. Notorietatea brandului garantează un număr crescut de clienți și șanse minime de a da faliment.

Sistemul francizei este o metodă dovedită de a face afaceri și este folosită cu succes în multe domenii de către mii de antreprenori din lume. Franciza oferă libertate în conducerea, administrarea și influențarea direcției proprii afaceri. Totodată, trebuie ținut cont că acolo unde este libertate este și responsabilitate pentru propriile decizii. Responsabilitatea franchiseeului este definită de anumite regularități incluse în contractul de franchising. Aceasta înseamnă că regulile legate de serviciul cu clienții, cumpărarea produselor de la franchiser și participarea la fiecare campanie de promovare organizată de rețeaua de franciză sunt respectate de fiecare participant la sistem. Așadar, franciza este un sistem de care este bine să țină cont în special întreprinderile micului business, care vor să pătrundă pe piețe, deja, ocupate de entități cu o experiență îndelungată și care doresc să obțină succese imediate. În concluzie, putem afirma că, prin intermediul contractului de franchising, franchiserul își poate extinde afacerea cu cheltuieli reduse, în timp ce franchiseeul beneficiază de renumele unei entități de prestigiu și de sprijinul interesat al franchiserului.

Bibliografie:

1. Codul civil al Republicii Moldova. – Ch.: „Cartea S.A.”, 2002 (F.E.-P. „Tipogr. Centrală”). – 882 p.
2. S.N.C. „Imobilizări necorporale și corporale”. Standardele naționale de contabilitate. Monitorul Oficial nr. 233-237 din 22 octombrie 2013.
3. <http://www.franchise.org/> What are advantages and disadvantages of owning a franchise, accesat la 31.03.2015.