

Філіпова Наталія Володимирівна,

к.е.н, викл. ЧДІЕУ

Барбаш Ганна Іванівна,

ст. викл. ЧДІЕУ

Ключові чинники розвитку франчайзингу в Україні як перспективної форми організації бізнесу

Анотація

В статті досліджено сутність франчайзингу, його переваги та недоліки для головних учасників. Проаналізовано динаміку розвитку франчайзингу в Україні. Виявлено стримуючі чинники розвитку, запропоновано напрями сприяння активізації франчайзингу в Україні .

Annotation

This article deals with the essence of franchising. The advantages and disadvantages for the main participants were identified. The dynamics of franchising in Ukraine was analyzed. The deterrents of development and the directions of contributing to the revitalization of franchising in Ukraine were founded.

Ключові слова: *франчайзинг, франчайзі, франчайзер, розвиток.*

Key words: *franchising, franchisee, franchisor, development.*

Постановка проблеми. Використання такої форми організації бізнесу як франчайзинг є важливим і перспективним напрямком ведення підприємницької діяльності в умовах кризового стану економіки країни, обмежених фінансових можливостей та постійного посилення конкуренції на внутрішньому ринку.

Підтвердженням успішності використання даної стратегії є чисельна кількість відомих підприємств і організацій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми та перспективи розвитку франчайзингу досліджували у своїх працях такі вчені: Левченко Ю., Легеда Е, Певченко Ю., Суховатий О., Серпенінова Ю., Сухорська-Кравець У., Терещенко М., Яловий Г. та інші. В той же час питання перспективи його розвитку в Україні залишаються повністю не розкритими.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження франчайзингу в Україні, виявлення перешкод та рекомендацій щодо їх подолання.

Виклад основного матеріалу. Пошук нових форм організації та розвитку бізнесу залишається актуальним. На сьогоднішній день франчайзинг в Україні є інноваційною формою ведення бізнесу, незважаючи на відомість використання у світовій практиці. Франчайзинг – це вид підприємницької діяльності, згідно якої на договірній основі одна сторона (франчайзер) передає іншій (франчайзі) за винагороду на певний строк або без його зазначення: право на використання торгової марки; знака обслуговування; фірмового (торгового) найменування; послуг; технологічного процесу; спеціалізованого обладнання; ноу-хау; комерційної інформації, яка охороняється законом; інших, передбачених договором об'єктів права інтелектуальної власності [7].

До особливостей франчайзингу слід віднести: існування двох сторін договору (франчайзера і франчайзі), наявність виключних прав у франчайзера, право на використання об'єктів права інтелектуальної власності здійснюється на платній і строковій основі, незважаючи на партнерство кожна сторона договору несе виключну відповідальність за свою діяльність і ризик пов'язаний з цим [8, С. 107].

В таблиці 1 представлено основні переваги та недоліки для учасників франчайзингу.

Переваги та недоліки франчайзингу для його учасників

<i>Переваги для франчайзера</i>	<i>Переваги для франчайзі</i>	<i>Недоліки для франчайзера</i>	<i>Недоліки для франчайзі</i>
<ul style="list-style-type: none"> - дозволяє збільшити кількість торгових точок (виробництв), що розповсюджують (чи надають) послуги; - розширення справи не вимагає великих власних капіталів; - розширює джерела доходів за рахунок зусиль франчайзі; - знижує рівень витрат виробництва і повернення на одиницю товару, адже франчайзі сам покриває витрати на утримання свого підприємства; - право франчайзіата використати торгову марку згідно до франчайзу захищено методом патентування торгової марки 	<ul style="list-style-type: none"> - можливість стати самостійним підприємцем; - можливість вести бізнес під визнаним торговим знаком; - можливість продавати продукт і надавати послуги на ринках, які недоступні для даної фірми; - можливість одержувати допомогу від франчайзера по благоустрою торгових точок, підготовці торгового персоналу до роботи; 	<ul style="list-style-type: none"> складність контролювати франчайзіатів, оскільки вони не є найманими робітниками; - ризик погіршення ділової репутації через погану роботу франчайзі; - ймовірність викривлення звітів про результати діяльності, що подають франчайзі; - при виникненні протиріч франчайзер не може замінити франчайзі 	<ul style="list-style-type: none"> - обмеженість самостійності прийняття рішень та самовираження; - ризик для франчайзі постраждати при погіршенні репутації фірми франчайзера; - великі витрати на послуги франчайзера; - небезпека, що фірма франчайзера збанкрутує

Джерело: складено на основі [4; 6]

Не дивлячись на певні ризики, які виникають при використанні такого способу організації бізнесу, франчайзинг має багато переваг та широке розповсюдження у світовій практиці.

Розвиток франчайзингу в Україні починається з середини 1990-х років, проте справжній бум почався в 2004 році. З тих пір кількість франчайзингових мереж щорічно збільшується в середньому на 30 %. В даний час принципи франчайзингу використовують (або тільки планують це робити) близько 450 компаній в 90 галузях. Як і в багатьох інших країнах, найбільша кількість франшиз представлена в роздрібній торгівлі, на другому місці - громадське харчування, потім - сфера послуг і виробництво. На українському ринку представлені як іноземні, так і вітчизняні франчайзери, причому частка останніх (у кількісному вираженні) становить приблизно 50 %. Деякі українські компанії мають франчайзингові об'єкти в інших країнах (наприклад, FFS, Arber, Джинси Суперціна, VD one). Найбільш відомі в Україні франшизи: Наша Ряба, Гаврилівські курчата, Піца Челентано, SELA, Форнетті, Ломбард Комод, Джинси Суперціна та інші [2; 7].

Динаміку розвитку франчайзингу в Україні можемо спостерігати на рис. 1. За різними оцінками налічується від 80 до 120 франчайзингових мереж. Найбільш поширений він в таких сферах як торгівля - 57,6%, громадське харчування - 19,2%, сфера послуг - 18,4%, виробництво - 2,5%, інформація - 2% [7].

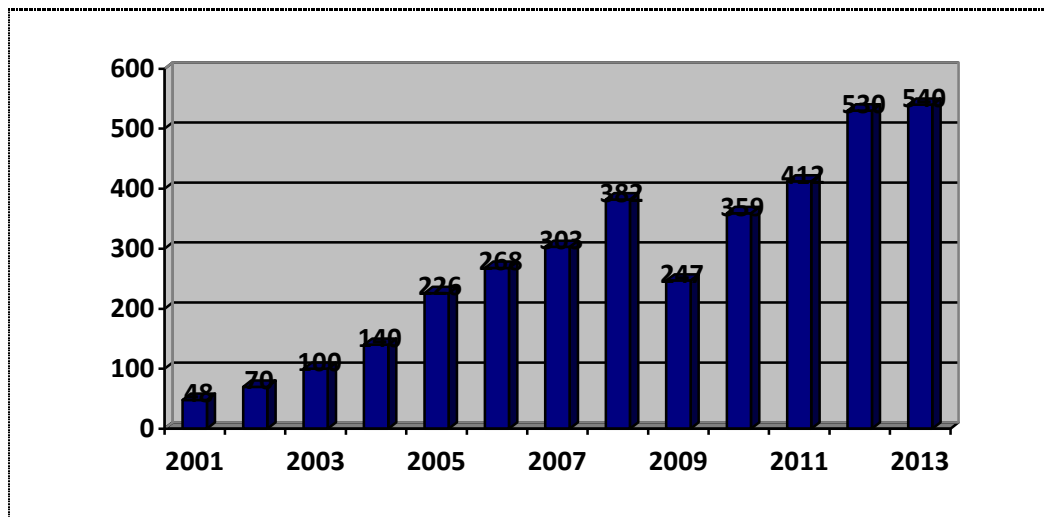


Рис. 1. Динаміка розвитку франчайзингу в Україні

З рисунку бачимо, що найбільша кількість франчайзерів у 2008, 2012 та 2013 роках, 382, 530 та 540 відповідно. Зниження показнику у 2009 році обумовлено світовою економічною кризою, яка призвела до закриття багатьох компаній.

У загальній кількості франчайзерів, які працюють на території України, 406 компаній активно розширюють свої мережі за рахунок відкриття як власних, так і франчайзингових об'єктів і 134 компанії на даному етапі свого розвитку мають тільки власні точки: вони знаходяться в активному пошуку партнера-франчайзі або зовсім недавно стали гравцем ринку франчайзингу.

Варто зазначити, що спеціальне законодавство щодо франчайзингу в Україні відсутнє, проект Закону України «Про франчайзинг» [3], який було внесено на розгляд Верховної Ради України, схвалено не було. Також згідно з Господарським Кодексом України даний тип договорів має назву «комерційна концесія». За договором комерційної концесії одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) на строк або без

визначення строку право використання в підприємницькій діяльності користувача комплексу прав, належних правоволодільцеві, а користувач зобов'язується дотримуватися умов використання наданих йому прав та сплатити правоволодільцеві обумовлену договором винагороду. Договір комерційної концесії передбачає використання комплексу наданих користувачеві прав, ділової репутації і комерційного досвіду правоволодільця в певному обсязі, із зазначенням або без зазначення території використання щодо певної сфери підприємницької діяльності [1].

Аналізуючи франчайзинг в Україні можна виокремити три групи причин, які гальмують його розвиток – економічні, правові, соціально-психологічні (див. табл.2).

Таблиця 2

Чинники, що стримують розвиток франчайзингу в Україні

Економічні	Правові	Соціально-психологічні
Нестабільність розвитку економіки, відсутність стартового капіталу у потенційних франчайзі, складність в отриманні кредиту.	Недосконалість нормативно-правової бази, Податковий Кодекс України значно звужує перспективи розвитку малого бізнесу і змушує підприємців шукати обхідні шляхи у здійсненні платежів	Відсутність детальної інформації про франчайзинг як методі ведення бізнесу; необізнаність українських підприємців про основні принципи ведення бізнесу в умовах франчайзингу; недовіра до способу ведення бізнесу, страх втратити гроші.

На нашу думку, головними серед перелічених чинників, що стримують розвиток франчайзингу є нестабільність розвитку економіки та недосконалість нормативно-правового забезпечення, як наслідок яких маємо й соціально-психологічні чинники.

Виходячи з вищенаведеного матеріалу можемо запропонувати наступні кроки, що призведуть до сприяння та активізації розвитку франчайзингу як пріоритетного напрямку розвитку підприємництва в Україні та економіки в цілому:

- вдосконалення правової бази щодо регулювання договірних відносин між франчайзі та франчайзером, наблизити українське законодавство до міжнародних стандартів;
- удосконалення системи оподаткування (податкові пільги);
- поширення інформації щодо можливості ведення підприємницької діяльності на умовах франчайзингу;
- впровадження пільгової системи кредитування;
- залучення досвідчених консультантів.

Висновок. Створення сприятливих умов для розвитку франчайзингу є перспективним напрямом економічної діяльності. Не дивлячись на ряд стримуючих чинників даний напрям співпраці в Україні розвивається. Франчайзинг дозволяє засновувати власну справу з меншими витратами та в той же час підвищує конкурентоспроможність в країні.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України : від 16.01.2003 р. // ВВР України. – 2003. - № 18. - № 19-20. - № 21-22. – Ст. 144.
2. Певченко Ю. Г. Проблемы и перспективы развития франчайзинга как новой формы организации бизнеса в Украине [Текст] / Ю. Г. Левченко // Молодой ученый. — 2013. — №8. — С. 211-215.
3. Проект Закону України «Про франчайзинг» : від 08.11.2001 р., №8241 (Кінах А. К.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gska2.rada.gov.ua/pls/zweb_n/webproc34?id=&pf3511=11287&pf35401=19758
4. Серпенінова Ю.С. Франчайзинг: сутність та порядок відображення в обліку / Ю.С. Серпенінова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький – 2014. – № 1. – С. 256-260.
5. Статистика [Електронний ресурс] // Государственный комитет статистики Украины // Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

6. Сухорська-Кравець У.Р. Франчайзинг як вид інноваційної діяльності підприємств в Україні / У.Р. Сухорська-Кравець // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.-Хмельницький. – 2005. – №2, Т.1 – С. 236-239.
7. Франчайзинг в Україні: Сайт Асоціації франчайзинга (Україна) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.franchising.org.ua/page/osnovy_franchajzinga
8. Яловий Г.К. Перспективи розвитку комерційної концесії (франчайзингу) в Україні / Яловий Г.Г., Цеслів А.С. Теоретичні та прикладні питання економіки. Випуск 27. Е.1 // Електронний ресурс Режим доступу : http://tpe.econom.univ.kiev.ua/data/2012_27_1/Zb27_1_23.pdf(Ягудин С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг. – М.: Изд. Центр ЕАОИ, 2008. – 272 с.