

РОЗВИТОК ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ: СТАН, ПРОБЛЕМИ, ПЕРСПЕКТИВИ

*Шевчик Тетяна Серіївна,
студентка Донецького
державного університету управління*

*Борисенко Анжела Михайлівна,
ст. викладач Донецького
державного університету управління
e-mail: julieta_t@mail.ru*

Франчайзинг в Україні - це метод ведення бізнесу, при якому франчайзер (компанія-власник бізнесу) надає франчайзі (фізичній або юридичній особі) право продажу товару або послуг компанії, використовуючи при цьому її бренд. Франчайзі отримує в розпорядження готову покрокову бізнес-систему розвитку свого бізнесу (франшизу), а також допомогу з боку франчайзера.

В Україні Франчайзинг почав розвиватися наприкінці ХХ сторіччя, проте справжній бум почався у 2004 році. З тих пір кількість франчайзингових мереж щорічно збільшується в середньому на 30%. Як і в багатьох інших країнах, найбільше франшиз представлено в роздрібній торгівлі, на другому місці - громадське харчування, потім - сфера послуг та виробництво [1].

Слід зазначити, що франчайзинг в Україні є перспективним напрямом економічної діяльності, і найближчими роками ми спостерігатимемо зростання цього сегменту.

Головною перешкодою на шляху франчайзингу в Україні є недосконалість правового забезпечення реалізації механізму франчайзингу. На сьогодні "Закон про франчайзинг" ще не прийнятий. Той проект закону, який представляла Асоціація та франчайзери не вигідний владі. Тому поки франчайзинг регулюють Цивільний і Господарський кодекси України [2].

В Україні в даний час функціонує близько 100 франчайзингових мереж, що представляють франчайзерів Росії, Польщі, Голландії, Франції, США та інших розвинених країн. При цьому більше 50% всіх франчайзингових договорів пов'язані з торгівлею нафтопродуктами за системою джоббінг («ТНК-Україна», «ЛУКОЙЛ-Україна» і «Альянс-Україна») і з діяльністю класичних

ресторанів та закладів фаст-фуд («Pizza Челентано», «Картопляна хата», «МакСмак», мережа ресторанів «Козирна карта»). Крім того, по франчайзингу працюють і представники роздрібної торгівлі [3, 4].

Поширення франчайзингу в Україні пов'язане з цілою низкою переваг його використання як для франчайзі, так і для франчайзера. Так, для франчайзера це: отримання додаткового доходу при мінімальних затратах шляхом уступки прав на використання товарного знака, фірмового стилю, об'єктів інтелектуальної власності та комерційної інформації, забезпечення гарантій отримання стабільного додаткового доходу у вигляді періодичних платежів, оскільки франчайзі як самостійна юридична особа безпосередньо зацікавлена в успішному розвитку свого підприємства, просування на ринку товарів (послуг), товарного знаку і самої компанії за рахунок франчайзі, збільшення ступеня контролю на ринку, здійснення територіального розподілу ринку з метою обмеження конкуренції між франчайзі без порушення норм антимонопольного законодавства, розширення досвіду ведення бізнесу і вивчення ринку на основі зворотного потоку інформації від франчайзі.

Для франчайзі це: використання на законних підставах товарного знака чи торгової марки відомої компанії, отримання доступу до детально розробленої технології ведення бізнесу, що показала на практиці високий рівень ефективності, отримання постійної технічної, консультативної та фінансової підтримки, як на етапі розвитку бізнесу, так і в процесі його функціонування; доступ до гарантованої системи поставок; збереження юридичної та економічної самостійності, а також можливість самостійного прийняття управлінських рішень; значна економія коштів і часу на рекламі, навчанні, маркетингових дослідженнях, розробці та реєстрації власного товарного знака та торгової марки, відпрацюванні технології ведення бізнесу, а також на ведення переговорів і пошуку партнерів; придбання певного рівня захищеності від конкурентів на території дії франчайзингової угоди, підвищення статусу і нові можливості для ведення бізнесу, спрощення доступу до кредитних ресурсів, франчайзер може виступати в ролі гаранта в кредитних відносинах, крім того, фінансово-кредитні установи більш лояльно ставляться до кредитування франчайзі міжнародних компаній, часто надаючи їм фінансові ресурси на пільгових умовах [5].

Таким чином, франчайзі отримує перевірену програму дій в процесі входження в бізнес. Частка банкрутств в такій схемі ведення

бізнесу значно менше, ніж в інших партнерських схемах. За статистикою, з усіх новостворених фірм в світі 85% припиняє свою діяльність протягом перших п'яти років. А з тих, хто працює за франчайзинговою схемою, лише 14% [5].

Однак розвиток франчайзингу в Україні стримується недоліками, які властиві даній технології ведення бізнесу. Так для франчайзера це: складності в розриві відносин з франчайзі, які не виконують умови угоди. Як правило, франчайзинговий договір передбачає неможливість для франчайзера одностороннього розірвання контракту з франчайзі, з цією метою останнього слід повідомити заздалегідь (як правило, за шість місяців), наявність певних проблем у контролі якості товарів, що надаються франчайзі, що викликане його відносною незалежністю; негативний вплив неефективних франчайзі на імідж і ринкову репутацію торгової марки, виплата платежів із запізненням або їх недоплата; надання неповних або фальсифікованих звітів; ймовірність розголошення комерційної таємниці.

Для франчайзі це: неможливість швидкого розриву франчайзингового договору, можлива конкуренція з боку інших франчайзі і безпосередньо франчайзера (для невиключної франшизи); відсутність підтримки з боку франчайзера всупереч обумовленим в угоді зобов'язаннями; залежність від фінансової стабільності франчайзера; ризик переоцінки позитивності іміджу і перспективності торгівельної марки або товарного знака франчайзера і т.д [1].

Слід також зазначити, що в Україні франчайзинг - задоволення не для бідних. За даними Асоціації франчайзингу, найдешевший варіант входження у франчайзинговий бізнес починається з 25000 доларів США.

Таким чином, для підтримки розвитку франчайзингу в Україні необхідне вдосконалення правової бази в напрямку підвищення захищеності як франчайзера, так і франчайзі. Для визначення назріваючих проблем і прийняття своєчасних рішень для їх ліквідації слід здійснювати детальний моніторинг всієї франчайзингової мережі. Цю функцію, а також консультаційну, освітню та інформаційну підтримку франчайзерів і франчайзі необхідно вбудувати в систему регіональної підтримки малого та середнього бізнесу, посилити в цих процесах вплив і роль Асоціації франчайзингу в Україні.

Література

1. Плюси і мінуси франчайзингу // Робимо Гроші.- 2011.- № 9. – С. 23-26.
2. Сайт Асоціації франчайзингу (України) [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua/> Назва з екрану
3. Козицкий Д. Франчайзінг як ефективна форма організації і ведення бізнесу // Довідник економіста. - 2006. - № 1. – С. 30-33.
4. Стівен Спінеллімл., Роберт М. Розенберг, Сью Берлі Франчайзинг. - М.: «Вільямс», 2009. - С. 384.
5. Франчайзинг в Україну [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://top-franchising.com.ua/docs/> - Назва з екрану.