

РИНОК ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто особливості франчайзингової форми співробітництва, проаналізовано стан та доцільність розвитку франчайзингових відносин в Україні, вплив світової фінансової кризи на франчайзинговий вид підприємництва.

В статье рассмотрены особенности франчайзинговых форм сотрудничества, проанализировано состояние и целесообразность развития франчайзинговых отношений в Украине, влияние мирового финансового кризиса на франчайзинговый вид предпринимательства.

In the article features are considered franchising, analysis of the stat and expedience of development franchising in Ukraine, influence of world financicrisis on franchising.

Ключові слова: франчайзинг, мале підприємництво, франчайзер, франчайзі, світова фінансова криза, пріоритети франчайзингу.

У сучасних економічних умовах саме мале підприємство є найбільш динамічним та гнучким сектором економіки, від якого залежить успіх ринкових перетворень та поступовий розвиток вітчизняної економіки [4, с.268]. Однак світова фінансово-економічна криза негативно вплинула на економіку України, а це, в свою чергу, негативно позначилось на функціонуванні та розвитку малого підприємництва, яке найбільш інтегроване в економічні процеси. Будь-яка економічна криза чи нестабільність у суспільстві вимагає відповідної регуляторної ролі з боку держави або трансформації пріоритетів ведення бізнесу. Як свідчить практика, одним з напрямків покращення ринкового становища малих підприємств є робота за договором франчайзингу.

Незважаючи на стійку тенденцію поширення франчайзингу в Україні, буде перебільшенням стверджувати, що в нашій державі створені усі умови для розвитку франчайзингових відносин. Огляд літератури дозволив виявити існування низки факторів, що перешкоджають стрімкому розвитку франчайзингу в Україні. Одним із них є недостатність наукового та правового розроблення проблеми формування та здійснення франчайзингових відносин підприємств у вітчизняних умовах господарювання, що зумовлює актуальність проведення подальших досліджень.

Проблематику формування та розвитку франчайзингових відносин підприємств розкривають у своїх працях такі вітчизняні та зарубіжні науковці: Г.Андрощук, І.Бойчук, З.Варналій, А.Виноградська, Ж.Дельтей, В.Денисюк, Д.Земляков, О.Корольчук, Г.Кочетков, О.Кузьмін, О.Легейда, М.Макашев, М.Мендельсон, Я.Мюррей, С.Сілінг, Б.Сміт, Дж.Стенворт, У.Сухорська, Г.Цират, С.Шейн, І.Школа, Л.Шульгіна, О.Шулус та інші. У роботах цих авторів досить широко розкриваються сутність та значення франчайзингових відносин, їхні переваги та недоліки для суб'єктів підприємницької діяльності. Однак питання функціонування франчайзингових форм бізнесу в кризовий та післякризовий період залишається відкритим.

Метою статті є вивчення особливостей франчайзингової форми

співробітництва, аналіз стану та доцільності розвитку франчайзингових відносин в Україні.

Відомо, що одним із способів розвитку («розкручування») власного бізнесу є збільшення ринку збуту своїх товарів (послуг) шляхом створення мережі власних продавців на інших територіях. Але створення власної мережі магазинів, готелів, кафе і т.п. на іншій території, підтримання в ній високого рівня обслуговування вимагає значних фінансових витрат та енергії з боку власника.

Оптимальним рішенням зазначених вище проблем є поява нової моделі ведення бізнесу, своєрідна інтеграція великого та малого бізнесу – франчайзинг. Ця форма бізнесу, що передбачає щільний і довготривалий взаємозв'язок франчайзера (фірми, що передає права на товарний знак, технологію тощо) і франчайзі (незалежного підприємця або невеликої фірми, що зобов'язані вести підприємницьку діяльність відповідно до концепції та місії франчайзера) [5, С. 38].

Сам термін «франчайзинг» (в англ. варіанті – franchising) походить від французького слова «franchise», що означає «пільга, привілей, право участі» [1, с.96-104].

Аналіз літературних джерел, дозволив виявити існування низки різнопланових тлумачень цього терміну. На основі вивчення особливостей франчайзингу можна стверджувати, що така різноманітність значною мірою зумовлена притаманністю франчайзинговим відносинам окремих характерних особливостей низки інших видів економічного співробітництва. Найчастіше франчайзинг характеризують як:

- 1) особливий вид ліцензування;
- 2) форму вертикальної інтеграції великих і малих підприємств;
- 3) спосіб просування та збуту товарів і послуг;
- 4) форму організації підприємницької діяльності;
- 5) вид ділового співробітництва.

Тлумачення франчайзингу як виду ділового співробітництва, аналогічно як і форми організації підприємницької діяльності, адекватно розкриває сутність цієї економічної категорії.

Взаємодія сторін франчайзингової форми співробітництва носить назву франчайзингових відносин (або відносин франчайзингу). Вони здійснюються відповідно до укладеного між учасниками франчайзингового договору (франчайзер та франчайзі) [1, с.96-104].

Франчайзер – це суб'єкт підприємницької діяльності, який володіє, як правило, відомою на ринку торговельною маркою, особливими технологіями виробництва продукції (виконання робіт, надання послуг), випробуваними на практиці способами ведення підприємницької діяльності, іншими об'єктами інтелектуальної власності та надає право їх використання іншому суб'єкту підприємництва (франчайзі) на визначених умовах [8].

Франчайзі – суб'єкт підприємницької діяльності, який отримує від франчайзера право ведення визначеної діяльності із використанням його об'єктів інтелектуальної власності на визначених умовах [8].

Результатом взаємовідносин між франчайзером та чисельними франчайзі є поява на ринку мережі однотипних підприємств, які подібні між собою як з точки зору зовнішнього оформлення, так і зі способів ведення ними підприємницької діяльності. Такі подібні підприємства формують франчайзингову мережу або мережу франчайзингових підприємств, в якій успішне функціонування кожного з них зокрема і всіх підприємств разом позитивно впливає на створення і подальший розвиток ділової репутації визначених товарів або визначеної торговельної марки [1, с.96-104].

Варто також зазначити, що урядом України розроблено Проект Закону України «Про франчайзинг» та запропоновано його на розгляд у Верховній Раді ще в листопаді 2001 р. Однак досі цей законопроект не прийнято. Тому відносини франчайзингу на сьогодні здійснюються відповідно до Господарського та Цивільного кодексів України, а також Законів України «Про охорону прав на винаходи і корисні моделі», «Про охорону прав на знаки для товарів і послуг», «Про охорону прав на промислові зразки», «Про захист від недобросовісної конкуренції». Домовленість про співпрацю між франчайзером та франчайзі в Україні здійснюється на основі договору комерційної концесії.

В Україні за системою франчайзингу уже працює більше 100 не тільки зарубіжних, але й українських торгових марок. Найбільш прибутковими є ті компанії, які розвивають закордонні франшизи. Адже за критеріями розвитку і грошовим оборотом лідерами ринку франчайзингу являються компанії, які є представниками західних товарів і послуг: Coca-Cola, Pepsi, Carlsberg, InBev, TNK-BP, Lukoil, Enpik, «Лига Инвест», «Дельта Спорт». Крім того в десятку лідерів ввійшла також одна українська компанія-франчайзер «Система быстрого питания» (FFS). Це дає надію на те, що українські компанії у майбутньому можуть стати конкурентами закордонних франшиз [4, с.22].

На основі аналізу стану українського ринку франчайзингу за 2008-2009 рр., який провела консалтингова компанія «ТРИАРХ», можна стверджувати, що франчайзинг є досить високодохідним та рентабельним видом підприємницької діяльності в Україні. Адже у 2008 р. обіг грошових коштів першої десятки франчайзерів склав близько 1,5 млрд. дол. США, а в першому кварталі 2009 р. – 850 млн. дол. США, що складає половину обороту 2008 р. Внаслідок кризи у 2009 р. спостерігається зниження грошового обороту найбільш прибуткових франчайзерів у середньому та високому сегменті громадського харчування на 30-40%, роздрібній торгівлі – 40-50%, будівництві – 60-70%. Отже, за стабільної економічної ситуації в країні оборот грошових коштів на ринку франчайзингу буде значно більшим [4, с.22].

Франчайзинг також є економічно вигідним для держави, адже створює нові робочі місця, сприяючи ефективному функціонуванню економічної системи.

Кількість персоналу, який працював у франчайзерів у 2009 р. становила більше 200 тис. осіб.

Стан розвитку підприємництва в кризовий період в Україні характеризувався переходом економіки у стадію рецесії. За даними Держкомстату України рівень промислового виробництва у 2009 р. щодо 2008 р. знизився майже на 30%. Біля половини (45,7%) підприємств є збитковими. Середньорічна інфляція у 2009 становила 15% [9]. Все це говорить про те, що вплив фінансової кризи на стан економіки є досить суттєвим і не прогнозованим. Зараз економіка України перебуває в стані рецесії, тоді як ринок франчайзингу поступово зростає.

Зростає зацікавленість до розвитку франчайзингового бізнесу з боку підприємців. У 2008 р. до компанії «ТРИАРХ» надійшло 523 запити на покупку франшизи, а у 2009 р. таких запитів було 2000. Це свідчить про швидкий розвиток ринку франчайзингу та його прибутковості. Також це може говорити про те, що фінансова криза сприяла розвитку франчайзингу, адже більшість людей, що стали безробітними та мали грошові надходження почали активно цікавитися можливостями створення власної справи з мінімальними ризиками [4, с.23].

Як показує світова практика, з використанням франчайзингових методів ведення бізнесу малі фірми виживають краще за інші (рис. 1).

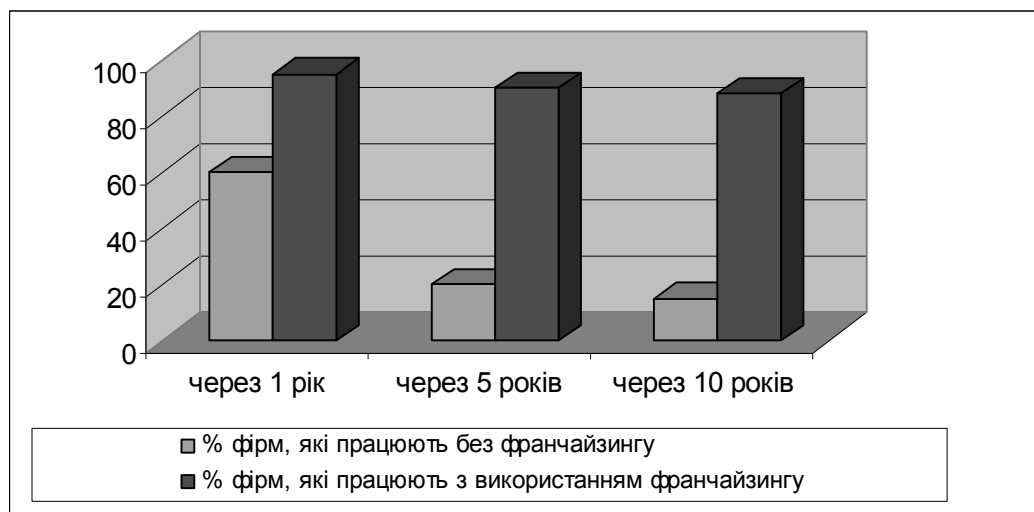


Рис. 1. Порівняльні дані функціонування фірм, які діють на умовах франчайзингу, та тих, які працюють без нього [5]

Як правило франчайзингові фірми не банкрутують. Особливо це стосується тих, у кого бренд є «розкрученим», і франчайзі виживає завдяки використанню марки лідера. За оцінками експертів більшість вітчизняних та іноземних компаній розглядають франчайзинг як один з перспективних напрямів розвитку бізнесу [5, с.39].

Однак для діяльності компанії-франчайзі існує низка певних ризиків: інституційного забезпечення ефективного франчайзингового співробітництва (це ризики юридичної якості франчайзингового договору); операційного забезпечення ефективного використання франчайзингової угоди (своєчасна та якісна технологічна, консультаційна, тренінгова підтримка франчайзі); погіршення ринкового іміджу компанії-франчайзера (зменшення масштабів діяльності компанії, погіршення іміджу) [7, с.251]. Останнє показує, що франчайзер повинен постійно доводити свою ринкову ефективність, не дивлячись навіть на транснаціональні масштаби своєї діяльності

Отже, франчайзинг – це вид господарської діяльності між суб'єктами (франчайзером та франчайзі) з приводу передачі обмежених прав на товарний знак (бренд) та технологію виробництва (обслуговування).

Франчайзингові підприємства для вітчизняної економіки є одним з потенційних видів розвитку підприємництва. Більшість новостворених підприємств виживає саме завдяки франчайзинговій мережі, де вже «розкручений» бренд передається з усіма методами ведення бізнесу, технологіями, новаціями тощо. Однак, незважаючи на його ефективність, розвитку франчайзингу в Україні перешкоджає, перш за все, недосконала законодавча база.

Список використаних джерел:

1. Бедринець М.Д. Франчайзинг: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні / М.Д.Бедринець // Фінанси України. – 2005. – №2. – С.96-104.
2. Даніков О. Проблеми побудови та функціонування франчайзингових систем в Україні / О. Даніков // Маркетинг в Україні. – 2008. – №5. – С.62-69.
3. Квасниця О. Вплив світової фінансової кризи на стан розвитку малого підприємництва / О. Квасниця // Економічний аналіз. – 2010. – №5. – С.268-271.
4. Ногачевський О. Франчайзинг в Україні: проблеми та перспективи / О.Ногачевський // Економіст. – 2010. – №3. – С.22-25.
5. Соковатий О.В. Місце франчайзингу в інноваційному розвитку України / О.В.Соковатий // Проблеми науки. – 2008. – №4. – С.38-42.
6. Старостин І. Чому франчайзинг? (етапи бизнес-стратегії) / І.Старостин // Магазин готового бізнесу & франчайзинг. – 2008. – №3. – С.21-31.
7. Трушенко О.М. Шанси та ризики використання франчайзингу для суб'єктів підприємницької діяльності / О.М.Трушенко // Держава та регіони. – 2008. – №3. – С.248-251.
8. Терміни та термінологія франчайзингу [12.03.08]. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uafranchise.com/?page_id=443/.
9. Тимошенко Н.М. Сучасний стан фондового ринку України. - [Електронний ресурс] // Наукові конференції. – Режим доступу: <http://fingid.com>.
10. Сайт Асоціації франчайзингу (Україна). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua/>