

УДК 339.187.44

**А.В.Круглянко**, к.е.н., **А.О.Цибух**,  
Чернівецький торговельно-економічний інститут КНТЕУ,  
м. Чернівці

## **ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ**

У статті розглянуто умови поширення франчайзингу в Україні через ідентифікацію його проблем та перспектив.

В статье рассмотрены условия распространения франчайзинга в Украине через идентификацию его проблем и перспектив.

The conditions of franchising stretching in Ukraine through the identification of its problems and prospects are considered in the article.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзер, бізнес, інвестиції, інтелектуальна власність.

В умовах формування в Україні ринкового господарства, інституційних змін в економіці, радикальних перетворень у відносинах власності, проблема становлення і розвитку малого бізнесу набуває великого значення. Для такої перебудови промисловості України необхідні інвестиції, яких хронічно не вистачає. Тому поряд із традиційними формами інвестування цікавими є нові форми фінансових відносин, наприклад франчайзинг, які через притаманні їм можливості можуть стати імпульсом у майбутньому становленні малого бізнесу.

Вивченням теорії франчайзингу займалися такі іноземні вчені: Ж.Дельтей [4], М.Мендельсон [5], Я.Мюррей [6], Дж.Стенворт, Б.Сміт [9], С.Шейн [7], а також вітчизняні: Г.Андрощук, В.Денисюк [1, 2, 3], С.Сосна [8], Г.Цірат [10] та інші.

Суміжними з питаннями франчайзингу проблемами інтелектуальної власності, інвестиційним, фінансовим, інституційним та іншим складовим діяльності підприємницьких організацій у контексті франчайзингу присвячені наукові праці З.Варналія, В.Базилевича, В.Геєця, А.Гриценка, О.Зозульова, В.Осецького, А.Пересади, В.Сизоненка, А.Чухна та інших українських економістів.

Зважаючи на актуальність теми та ступінь її розробленості у працях згаданих, вчених метою даного дослідження став розгляд умов поширення франчайзингу в Україні через ідентифікацію його проблем та перспектив. Для досягнення поставленої мети головна увага зосереджена на вивченні основних тенденцій розвитку ринку франчайзингу в Україні, розкритті основних причин зростання ринку франчайзингу у 2010 році, висвітленні головних проблем ведення франчайзингової діяльності в Україні.

Рядом дослідників було проведено оцінку стану ринку франчайзингу в Україні у 2008 та 2009 роках [11]. Результати цього дослідження показали наступне:

1. Найприбутковішими є компанії, які розвивають іноземні франшизи. Адже за критеріями розвитку та грошовим оборотом лідерами ринку франчайзингу є компанії, що представляють західні товари та послуги, такі як «Coca Cola», «Pepsi», «Carlsberg», «InBev», «TNK-BP», «Lukoil», «Empik», «Ліга Інвест»,

«Дельта Спорт». Однак до десятки найприбутковіших лідерів увійшла також одна українська компанія-франчайзер — «Система швидкого харчування» (FFS). Цей факт вказує на те, що українські компанії в майбутньому можуть стати конкурентами іноземним франшизам.

2. Найбільша частка ринку належить франчайзинг-компаніям Майстер франчайзі, які на території України контролюють 30% грошового обороту. До таких компаній відносяться: «ЕМРІК», «Дельта Спорт», «Ліга Інвест», «Helen Marlene» тощо.

3. Франчайзинг є високоприбутковим та рентабельним бізнесом в Україні. У 2008 році оборот грошових коштів першої десятки франчайзерів (зазначеної вище) склав близько 1,5 млрд. дол. США., а у першому кварталі 2009 р. — 850 млн. дол. США., тобто половину обороту 2008 року. Грошовий оборот кризового 2009 перебільшив результати 2008 року. При цьому слід зазначити, що економічна криза відобразилася й на ринку франчайзингу зниженням грошового обороту найбільш прибуткових франчайзерів.

4. Франчайзинг є економічно вигідним для держави. Адже цей бізнес створює нові робочі місця, що сприяє ефективному функціонуванню держави. Кількість персоналу, який працював у франчайзерів у 2009 році становив більше 200 тис. осіб.

5. Розширення галузей франчайзингу. Підприємства, що функціонують на умовах франчайзингу, діють в 15 галузях, основними з яких є: роздрібна торгівля, громадське харчування, бензозаправні комплекси, виробництво.

Погоджуючись з даними формулюваннями зазначимо, що серед іншого франчайзинг має низку переваг, які дозволяють знизити операційні витрати та підвищити ефективність виробничої діяльності, що особливо важливо для України в сучасних умовах. Франчайзинг як метод ведення бізнесу передбачає створення однорідних підприємств, що мають єдину торговельну марку (товарний знак) і дотримуються однакових умов, форм, методів продажу, єдині вимоги до якості і єдині ціни. Таким чином, за фіксовану плату франчайзі отримує кваліфіковану допомогу, яка за інших умов є для нього занадто дорогою. Крім того, франчайзер також отримує переваги, головною з яких є освоєння нових ринків збуту без істотних капіталовкладень. Також за таких умов ведення бізнесу франчайзер наймає менше адміністративного персоналу, що зменшує його витрати на заробітну плату, в той час як прибутковість зростає, адже франчайзі мають більший стимул досягнення кращих результатів, ніж найманий працівник.

Однак, незважаючи на таку значну кількість переваг, ринок франчайзингу має ряд проблем, які потребують вирішення. До таких проблем слід віднести:

1. Необізнаність українських підприємців з основними принципами ведення бізнесу на умовах франчайзингу. За даними Асоціації роботодавців у сфері франчайзингу, в Україні у 2008 році кількість франчайзерів зросла на 26% і становила 380 [13]. Але за проведеними дослідженнями, реальне число

компаній, що працюють за схемою франчайзингу та відповідають більшості міжнародних стандартів, лише близько 40 [14].

Близько 280 компаній або свідомо видають себе за франчайзингові, або просто ринок не обізнаний з головними принципами франчайзингу, що дає можливість виділити даний бізнес з-поміж інших видів економічної діяльності. Основною причиною такої відмінності даних є нерозуміння різниці розвитку філіальної мережі та мережі франчайзингу та їх принципів відмінності.

2. Недосконалість нормативно-правової бази. Також гальмує розвиток франчайзингу українське законодавство. Наприклад, в США тільки на федеральному рівні створено біля сотні законів [15], що так чи інакше стосуються франчайзингу, у той час як в Україні відсутній навіть загальний закон про франчайзинг. В Україні у 2008-2009 рр. в законодавчій базі франчайзингу не відбулося жодних змін, але збільшилась кількість судових позовів щодо ведення бізнесу на умовах франчайзингу. Це примушує франчайзерів звернути увагу на вже підписані договори та звертатися до фахівців за підготовкою нових договорів.

3. Відсутність практики апробації бізнесу. За кордоном франчайзер не має права продавати франшизу, якщо не було апробації ведення бізнесу за цією франшизою [13].

Зазначені вище проблеми ринку франчайзингу є основними, але також існують інші проблеми, які заважають широкому використанню франчайзингових схем в Україні, на відміну від інших країн з більш розвинутою економікою, основними з яких є:

- ✓ значна вартість франшизи у порівнянні з низькою купівельною спроможністю покупців;
- ✓ відсутність кваліфікованих кадрів;
- ✓ складні умови та бар'єри організації ведення бізнесу.

Для вирішення проблем необхідно:

1. Створити програму навчання для підготовки спеціалістів в сфері франчайзингу. На сьогодні в Україні існують навчально-консультаційні центри з франчайзингу, але лише у великих містах (наприклад, Британська програма «відкритий університет франчайзингу» у Києві при Міжнародному інституті бізнесу). Однак для підтримки розвитку франчайзингу необхідне створення таких центрів по всій Україні.

2. Лобіювати у Верховній Раді створення законів про франчайзинг. Адже для полегшення ведення комерційної діяльності та функціонування будь-якого бізнесу потрібно мати ефективне правове поле. Також створити орган контролю діяльності ринку франчайзингу. Ринок франчайзингу на сьогодні є дуже диференційованим. Компанії, що розвивають вітчизняні та закордонні франшизи, працюють над створенням єдиних стандартів та правил ведення бізнесу на умовах франчайзингу — «Кодексу правил поведінки». Основною метою створення цієї організації має стати розробка правил етичної поведінки,

ведення бізнесу на умовах франчайзингу, контроль учасників ринку франчайзингу щодо дотримання цих правил та лобювання в уряді власних інтересів у галузі франчайзингу.

3. Заборонити продаж франшизи без її перевірки. В Україні ж є практика продажу зовсім нової франшизи без ведення франчайзером комерційної діяльності за даним напрямком бізнесу. Відповідно, така практика є неприпустимою, адже продаж описаних процесів ведення бізнесу, які не відпрацьовані на своїх торгових точках, є в більшості випадків збитковим.

Варто ще раз підкреслити, що франчайзинг в Україні є перспективним напрямком економічної діяльності і найближчими роками ми будемо спостерігати зростання цього сегменту. Також слід зазначити, що економічна криза кінця 2008 стала однією з причин стрімкого розвитку франчайзингу в Україні у 2009 році. Адже за умови, коли більшість бізнес-проектів стають збитковими, франчайзинг залишається прибутковим бізнесом як для франчайзера, так і для франчайзі. Загалом, система франчайзингу має низку переваг в організації бізнесу з меншими затратами та з більшою ефективністю, що підвищує конкурентоспроможність вітчизняної економіки.

#### Список використаних джерел:

1. Андрощук Г.А., Денисюк В.А. Типовые условия франчайзингового договора // Предпринимательство, хозяйство и право. – 1997. – №4. – С.40-46.
2. Андрощук Г.А., Денисюк В.А. Франчайзинг: определения, преимущества, перспективы. // Бизнес-информ. – 1997. – №9. – С.10-37.
3. Андрощук Г.А., Денисюк В.А. Франчайзинг: международный опыт, экономические показатели, практика регулирования. – 2002. – С.78-93.
4. Дельтей Ж. Франчайзинг. – Санкт-Петербург: Нева, 2003.
5. Мендельсон М. Руководство по франчайзингу. – Москва: Сибли Интернэшнл, Инк., 1995.
6. Мюррей Я. Франчайзинг. Типы франшизы. Где достать финансы. Как добиться успеха. – Санкт-Петербург: Питер, 2004.
7. Скотт А. Шейн От мороженого к интернету. Франчайзинг как инструмент развития и повышения прибыльности. – Днепропетровск: Баланс бизнес букс, 2005.
8. Сосна С., Васильева Е. Франчайзинг. Коммерческая концессия. – Москва: Академкнига, 2005.
9. Стэнворт Джон, Брайан Смит Франчайзинг в малом бизнесе. – Москва: Аудит: Юнити, 1996.
10. Цират А. Франчайзинг и франчайзинговый договор: Учебно-практическое пособие, 2002.
11. TRIARH Consulting&business delelopment – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.triarh.com>
12. Дельтей Ж. Франчайзинг. La franchise commerciale. — С.Пб.: Нева, 2003. — 128 с.
13. Состояние рынка [Електронний ресурс] // Сайт Ассоциации франчайзинга // Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua/>.
14. Статті [Електронний ресурс] // ТРИАРХ консалтинг// Режим доступу: <http://www.triarh.com/ru/arts570.html>.
15. Широбокова Н.М. Договір франчайзингу // Держава та регіони. — 2006. — № 6. — С.448–451.
16. Терехов В.І., Максимчук Л.В., Бадзим О.О. Франчайзинг як форма міжнародного трансферу технологій // Актуальні проблеми економіки. – 2007. - №7(73) – С.90-97.