

Студент 4 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

РЕАЛИЗАЦИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В УКРАИНЕ

Аннотация. Рассмотрены особенности франчайзинга как нового метода ведения бизнеса, особенности его развития и ведения в Украине, способы развития франчайзинговых схем.

Анотація. Розглянуто особливості франчайзингу як нового методу ведення бізнесу, особливості його розвитку та ведення в Україні, способи розвитку франчайзингових схем.

Annotation. The features of franchising as a new method of doing business, especially its development and management in Ukraine, the methods of franchising schemes have been considered.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзи, франшиза, франчайзинговые схемы, джоббинг, франчайзинговый договор.

Для эффективного функционирования деятельности малого бизнеса достаточно важным является взаимодействие малых и крупных предприятий для решения общих проблем их функционирования. Одним из методов решения данной проблемы может служить система взаимовыгодного партнерства крупного и мелкого предпринимательства относительно нового метода ведения бизнеса для украинской экономики – франчайзинга.

Достаточно актуальными на данный момент являются анализ зарубежного опыта франчайзинга и особенности применения подобных схем в Украине. Данную проблему исследовали такие авторы, как Л. Шульгина, Панкратов Ф. Г., Е. Ленц, Кашеева Г. Е., С. Гировец, С. Реверчук, В. Федоренко, О. Ястремская и др. Предметом изучения как зарубежных, так и украинских ученых-экономистов, а именно Г. Андрошука, З. Варналия, Я. Сидорова и других, является развитие франчайзинговых взаимоотношений франчайзи и франчайзера, особенности заключения франчайзинговых договоров.

Целью данного исследования является изучение особенностей франчайзинга, его реализации и возможности дальнейшего развития в Украине.

Современный франчайзинг является относительно новым явлением в экономике Украины, хотя история франчайзинга берет свои истоки ещё в Средневековье. Эта форма организации продажи товаров и предоставления услуг сегодня эффективно используется в мировой практике.

В современном понимании – это новая система сотрудничества, которая является специальной вариацией вертикальной интеграции больших и малых фирм через систему специальных контактов-лицензий (франшиз), которая позволяет франчайзи (небольшой фирме) вести определенный вид предпринимательской деятельности как отдельному собственнику, при этом придерживаясь правил и обязательств перед франчайзером (главной фирмой) [1]. Таким образом, это помощь независимому предприятию конкурировать с розничными сетями, сохраняя автономию своего бизнеса за счет как использования известной марки, так и закупочных цен на уровне крупных сетей.

Наиболее распространен франчайзинг в таких секторах, как ресторанный бизнес (в том числе фаст-фуды) – 18 % от объема франчайзингового бизнеса в целом, розничная торговля – 14 %, предоставление услуг – 12 %, автосервис и перевозки – 8 %, строительство – 7 % [2].

В настоящее время самыми крупными франчайзинговыми схемами, которые успешно работают в Украине, являются предприятия, торгующие нефтепродуктами по системе джоббинга: "ТНК-Украина", "Лукойл-Украина", "Альянс-Украина"; представляющие фотоуслуги – "Кодак"; системы продажи, установки и обслуживания программного обеспечения учета на предприятиях "1С: Франчайзинг"; предприятия химчистки Un Momento; системы фаст-фуда McDonald's, "Картопляна хата", "Баскин & Роббинс", "Пицца Челентано"; системы розничной одежды Mango и Sela [3].

Всё большее предпочтение предприниматели отдают производственному франчайзингу, а также таким перспективным направлениям, как охрана, медицинское обслуживание, уход за больными, консультационные услуги.

В Украине функционирует приблизительно 100 франчайзинговых схем (в США их количество составляет более 1 500, во Франции – более 750). При этом более 50 % всех франчайзинговых договоров связаны с торговлей нефтепродуктами по системе джоббинга, а также ресторанами и заведениями фаст-фуд [4].

Для принятия решения по развитию франчайзинговой схемы рассматриваются такие приемы большого бизнеса [2]:

- 1) прямой франчайзинг – дает возможность франчайзеру установить прямые отношения с франчайзи;
- 2) создание общего предприятия с местным партнером с целью заключения с ним договора развития территории или генерального франчайзингового договора (совместное предприятие – генеральное франчайзи заключало франчайзинговый договор с местным франчайзи);
- 3) заключение генерального франчайзингового договора с генеральным франчайзи, который в будущем заключит субфранчайзинговый договор с франчайзи.

Каждый из этих способов имеет как преимущества, так и недостатки, поэтому перед выбором лучшего

В развитых странах малый бизнес давно стал одним из ключевых экономическим фактором, который обеспечивает основную часть ВВП и высокую занятость (в США 40 % от объемов ВВП и занято 68 млн чел.) [5]. По данным экспертов Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС), в 2011 г. франчайзинг используется уже более чем в 70 странах [6].

Благодаря франчайзинговой системе малые предприятия могут избежать ряда проблем, которые возникают при их основании и функционировании. Но с другой стороны деятельность франчайзи значительно ограничивает деятельность корпоративной структуры. Можно выделить такие преимущества для франчайзи, как:

существует возможность перенимания методов управления, опыта профессионализма и компетентности за определенную фиксированную плату;

собственник малого предприятия имеет возможность пользоваться привилегиями, которые имеет большое предприятие;

относительно небольшая конкуренция.

Также франчайзи может столкнуться с такими недостатками, как:

ограниченность прямой предпринимательской инициативности, самостоятельности;

возможность больших убытков, краха в результате уменьшения популярности франчайзера;

объемы продаж определяются собственником франшизы в соответствии с политикой компании-франчайзера.

С позиции франчайзера существуют такие преимущества, как:

расширение рынка сбыта при минимальных затратах;

практически отсутствие материального стимулирования наемных работников (франчайзи имеет собственный стимул в максимизации прибыли);

с помощью франчайзи, который сотрудничает непосредственно с потребителями, франчайзер может черпать новаторские идеи [7].

Однако для франчайзера существуют и следующие недостатки:

система управления становится неэластичной (например, возникают трудности в перемещении объектов);

невозможность "увольнения", снятия с должности франчайзи в случае неэффективного управления системой, пока он не нарушит условия договора;

сложность контроля деятельности франчайзи;

неэффективная деятельность одного из франчайзи может оказать негативное влияние на репутацию всей сети.

По сравнению с зарубежными странами, франчайзинг в Украине ещё не приобрел широкого развития. Среди факторов, которые сдерживают развитие франчайзинга в Украине, можно выделить основные: отсутствие необходимого законодательства (Закон Украины "О франчайзинге"), недостаток стартового капитала франчайзи для покупки франшизы; сложные условия для организации успешного бизнеса (сложное налогообложение, антимонопольное регулирование); недостаточная защита интеллектуальной собственности.

Таким образом, изучение и использование позитивного опыта функционирования франчайзинговых систем зарубежных стран может быть полезным для дальнейшего развития малого и среднего бизнеса в Украине с точки зрения применения основных способов, принципов дальнейшего развития предпринимательства.

Научн. рук. Мельник В. И.

Литература: 1. Бойчук І. Доцільність розвитку франчайзингової системи / Бойчук І. // Регіональна економіка. – 2001. – № 3. – С. 251–255. 2. Килимник І. Проблема відповідальності сторін за договором комерційної концесії (франчайзингу) / Килимник І. // Підприємництво, господарство і право. – 2004. – № 10. – С.115–118. 3. Состояние франчайзинга на зарубежном и отечественном рынках / Холодный Г., Прохорова Т., Притыченко Т. и др. // Бизнес информ. – 2006. – № 8. – С. 50–59. 4. Аналитика. Малый и средний бизнес как часть мировой экономики и экономики России [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.megacities.ru/analitika/index.php>. 5. Франчайзинг: бизнес по чужому рецепту [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.liga.net/>. 6. Панкратов Ф. Г. Комерційна справа : навч. посібн. для ВУЗів / Ф. Г. Панкратов, Т. Г. Сergyogina. – Рівне : Вертекс, 2001. – 350 с. 7. Суковатий О. В. Особливості реалізації франчайзингу в Україні / Суковатий О. В. // Проблеми науки. – 2007. – № 1. – С. 23–27.