

УДК 338

Момот Л.В.

доцент кафедри обліку і аудиту
Навчально-наукового інституту економіки і управління
Національного університету харчових технологій

ТЕНДЕНЦІЇ ТА РИЗИКИ ФОРМУВАННЯ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ У СВІТОВІЙ ПРАКТИЦІ ТА В УКРАЇНІ

TRENDS AND RISKS OF FORMATION OF FRANCHISING IN THE GLOBAL AND PRACTICE IN UKRAINE

АНОТАЦІЯ

У результаті розвитку підприємництва в Україні створюються нові структури бізнесу, що пов'язані з галузевим кооперуванням, реформуванням нині діючих підприємств, розвитком інноваційних процесів тощо. Тема франчайзингу актуальна для України, так як у даний час успішний розвиток українського підприємництва, насамперед малого, утруднюється підвищеними комерційними ризиками. У статті розкрито суть франчайзингової системи. Проаналізовано сучасний стан франчайзингових відносин та необхідність їх застосування в Україні. Визначено основні переваги та недоліки побудови франчайзингової системи.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзі, франчайзингова система, асоціація франчайзингу.

АННОТАЦІЯ

В результате развития предпринимательства в Украине создаются новые структуры бизнеса, связанные с отраслевым кооперированием, реформированием ныне действующих предприятий, развитием инновационных процессов и т. п. Тема франчайзинга актуальна для Украины, так как в настоящее время развитие украинского предпринимательства, прежде всего малого, затрудняется повышенными коммерческими рисками. В статье раскрыта суть франчайзинговой системы. Проанализированы современное состояние франчайзинговых отношений и необходимость их применения в Украине. Определены основные преимущества и недостатки построения франчайзинговой системы.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, франчайзинговая система, ассоциация франчайзинга.

ANNOTATION

As a result of business development in Ukraine creates new business structure relating to the industry cooperation, reform of the existing businesses and the development of innovative processes and so on. Subject franchising relevant for Ukraine, because now the successful development of Ukrainian business, especially small, difficult higher commercial risks. The article reveals the essence of the franchise system. The current state of franchise relations and the need for their application in the Ukraine. The main advantages and disadvantages of building a franchise system.

Keywords: franchising, the franchisor, franchisees, franchise system, franchise association.

Постановка проблеми. В економіці України виникають і розвиваються методи та способи здійснення підприємницької діяльності, які успішно використовуються за кордоном як засіб забезпечення потреб суспільства в різних товарах і послугах.

Значний відрив нашої країни від світової економіки виправданий тим, що вона лише більше 20 років тому перейшла у сферу ринкових відносин, у той час як у країнах Західної Європи і США франчайзинг існує вже понад століття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розвитку франчайзингових відносин

приділено багато уваги такими вітчизняними і зарубіжними науковцями, як: Ф. Котлер, М. Мендельсон, С. Шейн, М. Дикаленко, Н. Ковальчук, В. Ляшенко, Е. Москвичук, О. Суховатий, Н. Ширококова, В. Шкромада та ін.

Питанням правового регулювання договору франчайзингу приділяли увагу Г. Цірат [6], М. Брагинський [3], В. Дмитришин [4], О. Суховатий [5] та ін. У своїх напрацюваннях вони неодноразово порушували проблеми правового регулювання договору франчайзингу.

Визначення невирішених раніше частин загальної проблеми. Аналізуючи запропоноване визначення предмета договору комерційної концесії, можна стверджувати, що в ньому фактично визначено об'єкт, а не предмет договору. Під предметом будь-якого цивільно-правового договору треба розуміти передбачені ним дії, які повинна здійснити зобов'язана сторона.

В умовах посилення розвитку франчайзингу в Україні необхідні комплексні дослідження, спрямовані на узагальнення низки сучасних концепцій, виявлення впливу сучасних етапів науково-технічного прогресу на франчайзинг.

Мета статті полягає у розкритті сутності франчайзингової системи, визначенні основних тенденцій розвитку франчайзингових операцій та їх ризиків, переваг та недоліків побудови цієї системи в умовах розвитку української економіки в період вступу до Європейського Союзу.

Поставлена мета зумовила необхідність реалізації таких завдань: визначити економічну сутність франчайзингу як способу здійснення підприємницької діяльності, виділити причини, що впливають на формування франчайзингових відносин, проаналізувати стан розвитку франчайзингу в Україні за останні роки та порівняти отриману тенденцію з іноземними країнами.

Об'єктами обліку, що характеризують основні аспекти франчайзингових операцій у франчайзі, є:

- нематеріальний актив – франшиза;
- зобов'язання, що виникають перед франшизодавцем (франчайзером);
- гарантії (заставні права на обладнання);
- нарахування амортизації на нематеріальні активи (франшизу);
- відсотки (у разі використання позикового капіталу);

• витрати, що пов'язані з освоєнням нового виду діяльності.

Методологічним підґрунтям дослідження є сукупність наукових методів системного, діалектичного та порівняльного аналізу, що забезпечило всебічність дослідження розвитку франчайзингу в Україні. Під час дослідження понятійного апарату, визначення структури франчайзингу у сфері громадського харчування та торгівлі застосовано такі наукові методи пізнання, як аналіз, синтез, наукові узагальнення, порівняння, групування, економіко-статистичний аналіз.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з необхідних умов розвитку всієї економічної системи України є розвиток малого бізнесу – сектору, який на сьогодні виконує таку важливу роль, як накопичення капіталу. Практика економічно розвинутих країн показує, що одним з основних напрямів формування успішного малого бізнесу є формування різноманітних мережевих структур, у межах яких малі підприємства співпрацюють між собою та із суб'єктами великого бізнесу

Суть франчайзингу полягає в наданні одним суб'єктом підприємницької діяльності (франчайзером) права на здійснення певної діяльності з використанням його торговельної марки (товарного знаку), технологій, ноу-хау та інших об'єктів інтелектуальної власності іншому суб'єкту підприємництва (франчайзі) протягом встановленого терміну на обмеженій території і на визначених умовах щодо методів продажу, якості, ціни, причому таке право має назву франшизи.

Слово «франчайзинг» походить від французького *franchir*, що означає звільняти, і пов'язане з даруванням королівською короною єпископам прав і свобод у 1559 р.

Франчайзинг виник ще у Середньовіччі, коли британські королі надавали баронам право збирати податки з певних територій в обмін на різні послуги, а вільним людям за окрему плату дозволялося продавати свої товари на ринках і ярмарках міста. Місця, відведені для цієї торгівлі, називалися *franchises*.

Незважаючи на європейське походження, найбільшого поширення франчайзинг отримав все ж в Америці, і зараз США вважаються меккою франчайзингу. Сьогодні в Америці в області франчайзингу зосереджено 60% малого бізнесу, близько 40% усіх роздрібних продаж здійснюється через франчайзингові підприємства. В Австралії більше 90% торгівлі на підприємствах швидкого обслуговування здійснюються на умовах франшизи. Також стрімко розвивається франчайзинг у Канаді, Японії, Великій Британії та Західній Європі.

Наприкінці 50-х – початку 60-х років ХХ ст. відбувався бурхливий розвиток франчайзингу як одного з методів реалізації товарів і послуг.

Більшість широковідомих франчайзингових мереж з'явилася саме в цей період, серед них: *Service Master* (1949); *Holiday Inn* (1952); *Burger*

Inn (1954); *Dunkin' Donuts* (1954); *McDonalds* (1955); *Budget Renta Car* (1958) та ін.

Західний досвід в області франчайзингу демонструє досить жорсткий підхід до стандартизації. В Європі та США висуваються дуже жорсткі вимоги до майбутнього франчайзера. Він повинен мати юридично оформлену торгову марку і довести ефективність її використання. Підприємство може продавати франшизу тоді, коли воно здатне надавати всебічну підтримку своїм операторам, має відповідно розташовані інфраструктуру, фахівців, персонал, базу для навчання. Переговори про франчайзинг будуть вестися тільки з підприємствами – потенційними франчайзі, які відповідають стандартним умовам.

В Україні почав використовуватися один із методів підприємницької діяльності, який уже давно зарекомендував себе в Європейському Союзі як франчайзинг.

Для нашої економіки франчайзинг сьогодні є відносно новим явищем, у той час як у розвинутих країнах він сторіччями практикувався як засіб забезпечення потреб суспільства в різних послугах.

Перша франчайзингова точка на Україні почала працювати в 1993 р. у рамках міжнародної інформаційної системи «Компас» (Нідерланди); пізніше на ринку з'явився *McDonald's*.

З часом і українські підприємці побачили переваги франчайзингового виду діяльності. Як результат, у 1999 р. в Києві було відкрито першу українську франчайзингову точку – піцерію *Pizza Celentano*.

Для малих підприємств та індивідуальних підприємців франчайзинг надає в розпорядження стабільний дохідний бізнес, для відомих фірм і компаній – можливість розширити та закріпити свої позиції на ринку.

У період входження України до Європейського Союзу об'єкти інтелектуальної власності стають предметом купівлі-продажу. Договірна передача прав інтелектуальної власності є ефективним засобом упровадження науково-технічних розробок. На цій основі виникли нові види договірних відносин – ліцензійний договір, договір франчайзингу, договір концесії і т.д.

Українське законодавство не містить визначення договору франчайзингу або франшизи. Найбільш спорідненим із зазначеним поняттям є комерційна концесія, яка врегульована як Цивільним кодексом [1] так і Господарським кодексом [2].

Так, за договором комерційної концесії одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачу) за плату право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні прав із метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг.

В Україні побудова франчайзингової системи також вигідна як для франчайзера, так і для франчайзі.

Українським підприємствам франчайзинг вигідний насамперед як можливість уникнути необхідності створення власних збутових мереж.

Вигода для франчайзі – можливість для підприємців-початківців розвинути конкурентоспроможний бізнес із використанням вже відомої торгової марки. Більше того, сьогодні в Україні франчайзинг охоплює доволі обмежене коло галузей промисловості, що дає можливість франчайзі освоювати нові сфери діяльності і, таким чином, розширювати межі поширення франчайзингових систем у вітчизняній економіці.

29 грудня 2001 р. розпочала свою діяльність Асоціація роботодавців в галузі франчайзингу, головна задача якої – представляти інтереси підприємців, які використовують франчайзингові договори, надавати їм практичну допомогу при організації та впровадженні на ринку України. На момент створення Асоціації працювало декілька десятків підприємств на умовах франчайзингу.

Федерація розвитку франчайзингу України (ФРФУ) створена членами Комітету з питань франчайзингу при Європейській бізнес-асоціації (2006–2008 рр.), а саме групою компаній та експертів, які мають значний досвід у сфері розвитку франчайзингу в Україні і за кордоном. Свій юридичний статус Федерація здобула лише 26.03.2010 р. (Наказ № 625/5 Міністерства юстиції України).

Беручи до уваги пріоритети України щодо інтеграції в Європейський Союз та світову спільноту, головною метою діяльності Федерації є налагодження відносин співпраці міжнародного бізнесу з представниками влади, підприємцями та підприємствами в Україні, а саме створення сприятливих умов ведення бізнесу в галузі франчайзингу, гостинності та інфраструктури та залучення прямих іноземних інвестицій в українську економіку. Саме тому співпраця з ФРФУ дасть змогу залучити якомога більше зацікавлених сторін до питань франчайзингу і, таким чином, прискорить процес досягнення взаємовигідних цілей, а саме: представлення інтересів франчайзингового бізнесу в економічній і політичній сферах на національному та міжнародному рівнях; підвищення освіченості у відношенні поняття «франчайзинг» як серед членів Федерації так і в урядових колах; підтримка та розвиток малого та середнього бізнесу в Україні.

Проте однією з особливостей українського ринку франчайзингу є те, що на ньому переважають мережі вітчизняного походження (відповідно до результатів експертної оцінки Асоціації франчайзингу України). Насамперед це пов'язано з тим, що від вітчизняних підприємств вимагається мінімальна адаптація до умов ринку, що значно спрощує вхід на нього. Ще однією особливістю вітчизняного ринку франчайзингу є те, що на відміну від країн Європи в Україні франчайзинг значного поширення набув у сфері торгівлі.

Якщо розглядати структуру ринку франчайзингу України, то громадське харчування займає 30%, роздрібна торгівля – 35%, сегмент послуг складає 22% та 13% – інші галузі.

У 2014 р. кількість франшиз досягла понад 600, з яких близько 100 відповідають міжнародним стандартам.

Найперспективнішим франчайзинговим проектом у 2015 р. є супермаркет «Наш Край», який відкриває свої точки по всій Україні. На даний момент в Україні відкрито 177 точок, 149 з яких – франчайзингові, 28 – власні. Основною перевагою даної франшизи є відсутність вступного платежу, швидкий термін окупності (від п'яти місяців), невеликі за розміром роялті, що становлять 3,5 €/кв. м торгової площі. Розмір інвестицій для відкриття супермаркету складає від 10000€.

Однією з найвідоміших франшиз, що вже давно існують на ринку громадського харчування України, є Pizza Celentano та New York Street Pizza. Перевагами даних закладів є відома товарна марка, довіра споживачів та невисокий розмір роялті (1,5–2%). Термін окупності даних франшиз складає в середньому 1–1,5 роки. Кожного року український ринок франчайзингу поповнюється новими франчайзерами, як вітчизняними, так і зарубіжними.

Незважаючи на домінуючу роль в Україні вітчизняних франчайзерів, на території нашої держави представлені також франчайзингові мережі з Росії, Польщі, Нідерландів, Франції, США, Німеччини, Великої Британії та інших країн.

Присутність в Україні іноземних компаній як франчайзерів має певні позитивні наслідки. Функціонування іноземних франчайзерів дає змогу вітчизняним підприємствам із часом перейняти успішний досвід ведення діяльності в умовах франчайзингових відносин, достатній для більш широкого розвитку договірної системи внутрішнього франчайзингу в Україні.

Висновки. При укладанні франчайзингової угоди обидві сторони беруть на себе певні зобов'язання, що мають на увазі виникнення певного роду ризиків у разі їх невиконання або неправильного їх тлумачення.

Серед ризиків, що погрожують діяльності франчайзера, можна виділити такі:

1. втрата матеріальних цінностей;
2. ризик непокриття збитків;
3. ризик неотримання прибутку.

Для франчайзі ризики можуть мати дещо інший характер:

1. порушення територіальних умов (наприклад, коли неподалік від закладу франчайзі несподівано відкривається ще одна торгова точка під тією ж торговою маркою, яка належить франчайзеру або іншому франчайзі);
2. втрата права вибору постачальників;
3. втрата самостійності у ціноутворенні;
4. ризик несподіваного розірвання угоди.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15>.
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
3. Брагинский М.И., Витрянский В.В. Договорное право / М.И. Брагинский, В.В. Витрянский. М.: Статут, 2002. Кн. 3. – 1038 с.
4. Дмитришин В.С. Договір комерційної концесії та договір франчайзингу. Співвідношення понять та правова природа / В.С. Дмитришин // Часопис Київського університету права. – 2010. № 3. – С. 199–203.
5. Суховатий О.В. Особливості реалізації франчайзингу в Україні / О.В. Суховатий // Проблеми науки. – 2007. № 2. – С. 62–64.і
6. Цірат Г.В. Договори франчайзингу: дис. ... канд. юрид. наук: спец. 12.00.03 / Г.В. Цірат; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. К., 200.