

Котіна Т.С., магістр

Київський національний університет технологій та дизайну

ФРАНЧАЙЗИНГ В УКРАЇНІ

Анотація. У даній статті розглянуто питання розвитку малого та середнього бізнесу на основі франчайзингу. Визначено види франшиз які діють на території України. Досліджено основні проблеми та шляхи їх вирішення розвитку франчайзингу як форми організації підприємництва за сучасних умов розвитку економіки України

Ключові слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзі, роялті, підприємництво.

Котина Т.С., магістр

Киевский национальный университет технологий и дизайна

ФРАНЧАЙЗИНГ В УКРАИНЕ

Аннотация. В данной статье рассмотрены вопросы развития малого и среднего бизнеса на основе франчайзинга. Определены виды франшиз действующих на территории Украины. Исследованы основные проблемы и пути их решения развития франчайзинга как формы организации предпринимательства в современных условиях развития экономики Украины

Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзи, роялти, предпринимательство.

Kotina T.

Kyiv National University of Technologies and Design

FRANCHISING IN UKRAINE

Abstract. In this article the issues of development of small and medium business on the basis of franchising are considered. The types of franchises operating in Ukraine are determined. The main problems and ways of their solution to the development of franchising as a form of enterprise organization under the current conditions of the Ukrainian economy development are investigated.

Keywords: franchising, franchise, franchisor, franchisee, royalty, entrepreneurship.

Постановка проблеми. Вирішенням багатьох економічних проблем є створення нових прибуткових підприємств або модернізація старих, які б поповнювали бюджет держави. Створення свого власного бізнесу, може не принести бажаних позитивних результатів. На сьогодні розвиток підприємницької діяльності ускладнюється високими комерційними ризиками й високою конкуренцією з боку європейського ринку. Впровадження бізнес-проектів вимагає високих знань в економічній та маркетинговій галузях, здатність врахувати всі ризики та зміни в економіці країни.

Однією з головних особливостей сучасних економічних зв'язків в Україні є перехід від застарілої системи організації зовнішньоекономічних відносин до більш сучасних. Одним з рішень є застосування франчайзингової системи співпраці між великими, середніми та малими підприємствами.

Франчайзинг, який досить відомий, користується великою популярністю у всіх країнах, в Україні досить не розвинене явище. Тому важливо оцінити реальну ситуацію та визначити перспективи розвитку франчайзингу в Україні.

Актуальність теми дослідження. У нинішній, складний для України час економічного життя, у якій знаходиться підприємницька діяльність, складно назвати стійкою. Нестабільність курсу валют, непередбачуваність розвитку воєнних дій на сході країни, низький рівень досвіду підприємців у реалізації підприємницької діяльності в умовах нестійкої економічної ситуації в країні. В Україні, керування

бізнесом в системі франчайзингу не є популярним засобом здійснення підприємницької діяльності, однак останнім часом щораз частіше використовується дана система. Отже, на сьогодні, є важливим вивчення головних сторін розвитку франчайзингу як інноваційного засобу впливу на ефективну та конкурентоспроможну діяльність підприємств в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами розвитку франчайзингу в Україні займалися такі науковці М.М. Забаштанський, Г.А. Андрощук, М.Д. Бедринець, В.А. Денисюк, В.І. Терехова, І.В. Рикова, О.П. Корольчук, О. Микитюк та ін.

Метою даної статті є аналіз розвитку франчайзингу в Україні, при нестабільній економічній ситуації, а також – перспективи та чинники що стимулюють або стримують цей розвиток.

Виклад основного матеріалу. Франчайзинг – це специфічна форма тривалого ділового співробітництва, в процесі якого велика компанія з метою розширення бізнесу видає підприємцю для використання комплекс виняткових прав на використання торгової марки, послуг, технологічного процесу, обладнання, комерційної інформації, ноу-хау, а так само допомогу в обмін на оплату вступного внеску і постійних платежів [1].

Франчайзинг – це один з найпопулярніших методів залучення капіталовкладень у розвиток підприємств. Це вид ведення бізнесу, що дозволяє малим підприємствам входити у великий бізнес. За даними Асоціації франчайзингу, мінімальна сума за яку можна купити франшизу становить 25 тис. дол. США [2].



Джерело: [3].

Рис. 1. Процес організації франчайзингу

Класифікація франчайзингу має дев'ять основних видів. При покупці франшизи потрібно чітко знати, який саме вид тобі потрібен.

Перший вид. Стандартна франшиза. Це класичний вид який найбільш поширений за кордоном. Стандартна франшиза включає в себе одноразовий платіж, який являє собою фіксовану суму, регулярна виплата роялті, реєстрація договору на користування інтелектуальною власністю, навчання, контроль, регулярна звітність перед франчайзером.

Ця франшиза погано прижилася у нашій країні із-за національних особливостей нашого ринку. В Україні занадто багато розумних і незалежних людей, які не шанують інтелектуальну. В нашій країні франшизу купують бізнесмени, які не бажають підлаштовуватися під контроль західного зразка.

Другий вид. Вільна франшиза. Найпоширеніший вид франчайзингу в СНД. Для франчайзі-дилера надається повна свобода для організації бізнесу. По суті цей вид близький до стандартної франшизи, але сюди ще додається товарний знак та консультацій. У цій франшизі перший одноразовий платіж є символічний.

Третій вид. Імпортозаміщуюча франшиза. У 90-і роки дуже вигідно було виробляти імпортозаміщуючу продукцію. Це був один з найшвидших способів зайняти свою нішу в бізнесі за рахунок зарубіжних брендів.

Четвертий вид. Срібна франшиза або Бізнес під ключ. Франчайзер сам віддає свою діючу філію франчайзі у володіння за відсоток від прибутку.

П'ятий вид. Підрозділ в оренду. В цьому виді франчайзер управляє франчайзі на договірних умовах, який в свою чергу є керуючим філії.

Шостий вид. Золота франшиза. Під цим терміном розуміється ексклюзив на певний регіон. При покупці такої франшизи франчайзі стає франчайзером у своєму регіоні. Що робити далі вирішує сам, або відкриває власні точки або продавати франшизу.

Сьомий вид. Корпоративна франшиза. Цей вид схожий на бізнес в оренду, але особливість цього виду: франчайзер контролює бізнес. В даній франшизі не можна розірвати угоду з франчайзером і створити на цьому ж місці свій власний бізнес під іншою вивіскою.

Восьмий вид. Банківська франшиза. Франчайзі створює філію банку у своєму регіоні за ліцензією цього банку. Мінусами даного виду є те що франчайзі не може повністю контролювати створений бізнес.

Дев'ятий вид. Ліцензійна франшиза. Це та ж, що і банківська франшиза, але в інших видах бізнесу, що підлягають суворому ліцензуванню.

Розглядаючи франчайзингову діяльність, варто зазначити, що в Україні перший договір був підписаний у 1994 році [4]. Але у нормативно – правових документах категорія франчайзингу не зустрічається.

Основні франшизи які діють на території України прийшли з країн Євросоюзу. Через падіння курсу гривні, спостерігається інтерес до франшиз в національній валюті, які не прив'язані до іноземного устаткування.

Існують різні форми франчайзингу. Їх вибір залежить від:

- виду господарської діяльності;
- стабільності франчайзера і рейтингу на ринку;
- особливостей ринку місцевого франчайзі.

Виділяють три основних форми франчайзингу: товарний, виробничий і діловий.

Їх поділяють:

- за видами діяльності: торговельний; сервісний, виробничий, змішаний;
- за видами ноу-хау: франчайзинг дистрибуції продукту; франчайзинг бізнес-формату;

• відповідно організації системи: прямий франчайзинг, розвиток території, мастер-франчайзинг [5].

На теперішній час розвиток франчайзингу в Україні стримується цілим рядом причин, такими як:

1. Економічні.
2. Правові.
3. Соціально-психологічні.

В період економічної нестабільності в країні, при виборі напряму діяльності слід звернути увагу на такі фактори вибору: в першу чергу на послуги й товари, які зберігають попит у населення, так і приймають на себе масову переорієнтацію попиту з більш висококласної продукції та сервісу; другим фактором вибору, якщо мова йде про

торгівлю продукцією, в кризові часи може служити ціна та термін її зберігання, а також варіанти можливостей збуту при відсутності попиту в певній точці.

На розвиток франчайзингу впливають такі чинники[6]:

1. Ускладнення проблем на ринку праці, внаслідок яких знижується купівельна спроможність населення та зменшується попит внутрішнього ринку України.

2. Високий рівень корупції.

3. Валютні ризики.

4. Бойові дії на сході України.

5. Відсутність спеціального законодавства перешкоджає регулюванню франчайзингової діяльності.

6. Відносно висока вартість самої франшизи.

Проте щорічно, ринок франчайзингу продовжує рости стрімкими темпами, адже має менші ризики та відносно стабільну репутацію франчайзингової мережі.

Завдяки створенню нових робочих місць франчайзинг є економічно вигідним для держави.

Способи врегулювання ситуації:

1. Стандартизація поняття «франчайзинг» і пов'язаної з ним термінології.

2. Створення та прийняття нормативу етики франчайзингу на законодавчому рівні.

3. Забезпечення сприятливих фінансових та правових умов франчайзингової діяльності.

4. Створення надійної системи гарантування захисту прав інвесторів на законодавчому рівні.

За умови дотримання реалізації перелічених способів врегулювання дозволить стимулювати активність підприємців у сфері франчайзингу, активізувати приплив як вітчизняних так і закордонних інвестицій.

Висновки. Франчайзер надає право дрібному підприємцю вести справи згідно із встановленою угодою, на визначеній території та протягом окресленого терміну. При цьому він надає партнеру на пільгових умовах технічну підтримку, рекламні послуги, фірмові технології, товарні знаки та продукцію. Даний напрямок діяльності є перспективним для малого та середнього бізнесу.

Франчайзинг дозволяє залучати закордонні та вітчизняні інвестиції, передові технології та сучасні практики ведення бізнесу, що зумовлює інтеграційні зрушення і долучення України до світових і, зокрема, європейських виробничих та фінансово-інвестиційних систем.

З наведеного вище можна зробити висновок, що франчайзинг має перспективи для розвитку в Україні. Досвід країн з розвинутою економікою створює можливості для перспективного ведення бізнесу, який сприяє підвищенню рівня життя населення та економіки країни в цілому.

Список використаної літератури

1. Основи підприємництва навчальний посібник друге видання. – 2013. – С. 162.
2. Сайт Асоціації франчайзингу (України) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua>.
3. Облік франчайзингу // Дебет-Кредит. – 2013. – № 16.
4. Франчайзинг: навч. посіб. / О. Кузьмін, Т. Мирончук, І. Салата, Л. Марчук; за ред. О. Кузьміна. – К.: Знання, 2001. – 267 с.
5. Франчайзинг в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://otherreferats.allbest.ru/economy/00122585_0.html#text.
6. Офіційний сайт Міністерства економічного розвитку та торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.me.gov.ua/?lang=uk-UA>.