

УДК 657

С.В. Арутюнян, аспірант
Н.Г. Слободян, к.е.н., доцент

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ З ВИКОРИСТАННЯМ ФРАНЧАЙЗИНГУ

В статті визначено теоретичні основи франчайзингу. Проаналізовано розвиток франчайзингу, використання цього методу у світі та в Україні, нормативно-правові засади України.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзі, франшиза, товарний франчайзинг, виробничий франчайзинг, франчайзинг «бізнес-формату»

Вступ. За останні два роки Україна зробила чималі успіхи у зближенні із світовим товариством: отримала статус країни з ринковою економікою, набула членства у Світовій організації торгівлі. В Україні почали використовуватись методи ведення підприємницької діяльності, що уже давно зарекомендували себе у країнах Європейського Союзу. Саме до таких методів відноситься і франчайзинг, який уже більше десяти років намагається завоювати собі по праву гідне місце серед методів здійснення підприємницької діяльності в Україні [3]

Велика кількість науковців, юристів, економістів займається дослідженням дефініцій франчайзингу, зокрема українські: З. Опейда, Г. Андрощук, В. Денисюк, А. Цірат, І. Килимник, Я. Сидоров; російські: І. Рикова, Н. Месяшна, С. Сосна, Є. Васильєва, а також і європейські вчені: Д. Прат, Д. Стенворт, Б. Сміт, Я. Мюррей, Ж. Адамс, Ж. Дельтей, Д. Хайфілд, М. Мендельсон, Д. Балді, Р. Гамельтон, Л. Мейтланд, Ф. Бессі.

Проте єдиного й чіткого визначення франчайзингу та усіх без винятку його компонентів досі немає [3].

Мета цієї статті полягає в дослідженні і аналізі нової для підприємств України нерозвинутої системи розвитку — франчайзингу. В статті приділено увагу поняттю франчайзингу, обґрунтуванню ролі та можливості і доцільності його застосування, а також аналізу законодавчого підкріплення ведення бізнесу з використанням франчайзингу. При написанні статті були використані такі методи дослідження як аналіз, конкретизація, спостереження, синтез.

Постановка завдання. В Україні нині набуває популярним явище франчайзингу. В широкому розумінні французьке слово «франчайзинг» — це право на свободу ведення якої-небудь діяльності. За однією з версій, історія франчайзингу бере свій початок із середньовічної Англії, де король надавав право знаті збирати податки на певних територіях, а в якості винагороди залишав збирачам частину зібраного. Згодом франчайзинг набув приватноправових рис, і з другої половини XIX століття почав активно застосовуватися [6].

Франчайзинг виник на початку 50-х років минулого століття у США. Нині він і там, і в Європі перебуває на етапі стабільності, коли франшизи продаються автоматично, а також є фінансова та консультативна підтримка.

У Лондонському Сіті в XVII столітті були засновані системи торговельних гільдій, що віддалено нага-

In this article are mentioned the theoretical basis of franchising. It was made the analysis of development and using the franchising services by the enterprises of Ukraine. Also is reviewed the legal basis of conducting business activity using franchising.

Key words: franchising, franchisor, franchisee, Commodity franchising, Production franchising, “business-format” franchising

дували сучасні системи франчайзингу. А на початку XIX століття в тій же Великобританії було введено систему таких собі «пов'язаних домів». У чому її суть? А в тому, що влада надавала права на торгівлю алкоголем лише власникам заїжджих дворів за спеціальною ліцензією.

Водночас в Америці, незалежно від Європи, з'явився свій прототип франчайзингу. У 1851 році Ісаак Зінгер (Isaak Singer), який мав свою компанію з виробництва швейних машин (Singer Sewing Machine Company), розгорнув серійне виробництво. Однак виникла проблема. Організувати централізоване обслуговування швейних машин і замінювати несправні деталі в одному місці було економічно невигідно. Саме тоді компанія розробила систему, яка надавала фінансово незалежним фірмам виняткові права продавати й обслуговувати швейні машини на відповідній території. Ідею помітили і визнали успішно!

Більше того, її почали використовувати в інших галузях національного господарства. Так, до 1880 року деякі міста почали надавати франшизи вуличним перевізникам, а також франшизи на експлуатацію каналізаційної системи і використання води, газу та електрики. Це була не просто система розподілу підрядів, а саме франчайзинг у сучасному його розумінні.

На межі 60—70-х років XX століття бізнес франчайзерів успішно розвивається.

Для забезпечення справедливих франчайзингових відносин була створена Міжнародна Асоціація франчайзингу (1960 рік) та Європейська Асоціація франчайзингу (1972 рік). З колишніх республік СРСР до цих організацій входять Росія, Казахстан, Латвія та Україна. Першим іноземним франчайзером, що прийшов на терени Союзу, була американська компанія PepsiCo. Підприємства з виробництва «Пепсіколи» побудували в кількох містах СРСР, але реалізували продукцію через мережу фірмових кіосків.

В Італії кожен новий франчайзі отримує від Італійської асоціації франчайзингу 50 тис. євро, з яких 50 % — грант, 50 % — кредит під маленький відсоток. Галузі в Італії, в яких франчайзинг нині розвивається найдинамічніше, — косметична промисловість і фастфуд.

Результати дослідження. Фактично, франчайзинг — це спосіб організації бізнесу, при якому компанія-власник (франчайзер) передає незалежному бізнесменові або компанії (франчайзі) право на продаж товарів і послуг своєї компанії в обмін на зобов'я-

зання франчайзі продавати ці товари або надавати послуги:

з дотриманням певних якісних характеристик;
з застосуванням обумовлених технологій;
за розробленою схемою; у чітко встановленому місці; під певним товарним знаком.

Одним із ключових понять у системі франчайзингових відносин є франшиза (франчайзинговий пакет). Франшиза являє собою договір між продавцем і покупцем, який дозволяє покупцю (франчайзі) продавати товар або послуги продавця (франчайзера). Обидві сторони користуються всіма перевагами взаємовигідного співробітництва. Франчайзер допомагає франчайзі зайняти пустуючу нішу ринку, передає йому своє фірмове найменування, забезпечує всесторонню допомогу і підтримку [2].

Щоб одержати такі права, франчайзі повинен: сплатити початковий внесок для одержання права на навчання, використання імені, девізу, торгового знака тощо; сплачувати постійні внески — найчастіше у вигляді частки від обороту — за поточне керівництво і навчання;

сплачувати внески на цілі маркетингу і збуту (на покриття витрат на рекламу, просування товару, дослідження ринку тощо) — знову ж таки найчастіше у вигляді частки від обороту;

суворо дотримуватися запропонованих форм і методів роботи, включаючи порядок управління і процедури управління, стандарти якості, уніформу співробітників тощо.

Франчайзер, зі свого боку забезпечує франчайзі: початковим навчанням з управління і ведення справ; постійною допомогою в підготовці і перепідготовці кадрів; консультаціями з усіх питань управління і маркетингу.

Є три основних види франчайзингу.

1. Товарний франчайзинг, який іноді називають «франчайзинг продукту (торгового імені)». Це франчайзинг у сфері торгівлі та продажу готового товару. У товарному франчайзингу франчайзером звичайно є виробник, що продає готовий продукт чи напівфабрикат дилеру-франчайзі. У цьому випадку франчайзі купує у франчайзера товари і перепродує їх від імені франчайзера. Типовою сферою застосування цієї форми контрактних відносин є продаж і обслуговування вантажних і легкових автомобілів, роздрібний продаж нафтопродуктів, безалкогольних напоїв. В наш час франчайзинг у форматі «продукт і торгова марка» становить близько 30 % від усіх франчайзингових угод.

2. Виробничий франчайзинг — це франчайзинг у виробництві товарів. У цьому випадку фірма продає місцевим чи регіональним заводам технологією виготовлення якогось продукту, (наприклад, завод з розливу безалкогольних напоїв).

3. Діловий франчайзинг називають «франчайзинг бізнес-формату». За такого способу франчайзер продає ліцензію приватним особам чи іншим компаніям на право відкриття магазинів для продажу покупцям набору продуктів і послуг під ім'ям франчайзера. Франчайзі сплачує постійні внески, а також робить внески в рекламний фонд, що контролюється франчайзером. «Бізнес-формат» найчастіше використовується при організації підприємств швидкого харчування, готелів, роздрібно торгівлі промис-

ловими товарами, обслуговуванні бізнесу, торгівлі нерухомістю.

На заваді розвитку франчайзингу в Україні стоїть недосконале вітчизняне законодавство, яке навіть не містить терміна «франчайзинг». Хоча, безумовно, спроби робилися. Так, ще уряд Анатолія Кінаха у листопаді 2001 р. вніс на розгляд парламенту законопроект «Про франчайзинг», який передбачав франчайзинг як вид господарської діяльності і договір франчайзингу. Проте рішення за цим проектом так і не було ухвалено. Проте з 1 січня 2004 р. франчайзингові відносини в Україні почали регулювати положення Цивільного кодексу та Громадянського Кодексу, що стосуються договору комерційної концесії.

Слід зауважити, що на Заході поняття франчайзингу ширше за комерційну концесію, позаяк остання припускає тільки дистрибуцію товару під торговою маркою виробника. Натомість франчайзинг включає передачу франчайзингового пакета (цілого комплексу прав та комерційного досвіду), обсяг яких залежить від виду власне франчайзингу: сервісний, виробничий, товарний або бізнес-формату.

Європейська практика свідчить: більшість країн ухвалила чи ухвалює спеціальні закони з франчайзингу. Наприклад, в Італії до цього закону через його недосконалість було застосовано дворічний мораторій, в 2003 Італія ухвалила нову редакцію закону, що дає змогу глибше й детальніше регулювати стосунки між франчайзі та франчайзером [8].

Висновки. Крім відсутності закону про франчайзинг, розвитку цієї форми бізнесу в Україні заважає відсутність потужної інфраструктури з обслуговування бізнесменів-учасників франчайзингового руху. Справді, за кордоном навколо самого процесу продажу франшиз створено величезну мережу супутніх послуг — консультування, підготовки бізнес-плану майбутнього підприємства, кредитування, лізингу обладнання, страхування самої франшизи від якихось крахів, страхування самого факту кредитування придбаної франшизи [1].

Єдиний вихід — укладення зовнішньоекономічного франчайзингового контракту з нерезидентом, в якому сторони обумовлюють застосування іноземного права. Це достатньо тонкий «обхід» українського законодавства, але і він приховує підводний камінь, оскільки у такому разі необхідно вивчити законодавство країни, право якої має застосовуватися. Так, наприклад, на Заході детально регулюється процес переговорів, проте не потрібна реєстрація франшизи і вимоги до змісту договору менші [8].

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрій Кривонос: Український діловий тижневик «Контракти» № 17—18, травень 2003.
2. Розвиток малого бізнесу на основі системи франчайзингу. — Аграрний сектор України.
3. Лопушанський Т.В. Університетські наукові записки, 2007, № 4 (24), с. 201—207. www.univer.km.ua «Поняття та ознаки франчайзингу в країнах європейського союзу та в Україні».
4. Hadfield G. K. Problematic relations: franchising and the law of incomplete contracts // Stanford law review. — Stanford (California), 1990. — Т. 42. — № 4. — Р. 958.

5. Мюррей Я. Франчайзинг / Пер. с англ. К. Любимова. — СПб.: Питер, 2004. — С. 16.

6. Величко Олександр «Коротко про юридичну природу договору франчайзингу». — Юридичний журнал ЮСТІНІАН №1, 2003

6. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства Навч. посіб. — К.: Знання, 2006.

7. Голодницький Едуард «Франчайзинг: «страва» по-українськи» №23 (35) 29 грудня 2004 року.

Надійшла до редколегії 20.02.2009 р.

УДК 658.15.008.01

К.В. Багацька, к.е.н.

ВДОСКОНАЛЕННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АКЦІОНЕРНИХ ТОВАРИСТВ У СВІТЛІ НОВОГО ЗАКОНОДАВСТВА

Розкрито сутність акціонерної форми власності, виділено проблемні питання функціонування акціонерних товариств в Україні, досліджено особливості нового законодавства та визначено їх вплив на фінансове забезпечення корпоративного сектору.

Ключові слова: акціонерна власність, акціонерні товариства, фінансові ресурси, фінансове забезпечення

This article carries material about the problem factors of the corporation's activities and the new legislation influence of the corporative finance

Key words: corporative property, corporations, finance resources, cover funds

Вступ. На сучасному етапі соціально-економічного розвитку, якому притаманні процеси глобалізації, умови функціонування та характер діяльності підприємств суттєво змінюються, що зумовлює відхід від стереотипів господарювання та мислення категоріями індустріального суспільства. Трансформаційні процеси, інституційні зміни в економіці України зумовлюють особливості виникнення акціонерних товариств і вимагають якісно нових підходів до вивчення діяльності корпоративізованих підприємств та оцінки результатів їх роботи [2].

Акціонерне товариство — це відкрита система, результати діяльності якої залежать не лише від внутрішніх, а й від зовнішніх чинників впливу. Особливістю функціонування корпорацій є існування різних за інтересами та можливостями впливу на результати діяльності груп зацікавлених сторін.

Найбільш вагомими є інтереси таких груп як акціонери, менеджери, наймані працівники підприємства, кредиторів, держава, постачальники та споживачі. Саме вони та характер взаємодії інтересів цих груп справляють значний вплив на ефективність діяльності компанії. Різноманітність інтересів зацікавлених сторін у акціонерному товаристві спричиняє виникнення конфліктів всередині корпорації, що значно послаблює її позиції у зовнішньому середовищі. Розв'язання конфліктів інтересів та узгодження цілей діяльності акціонерного товариства з усіма учасниками корпоративних відносин підвищує стійкість та розширює перспективи функціонування компанії, сприяє динамізму розвитку і підвищенню ефективності її діяльності.

Дослідженню проблематики організації і функціонування акціонерних товариств та питань фінансового забезпечення корпорацій присвячені наукові праці зарубіжних вчених Дьюбіела Стенлі, Демб Ади, Ла Порта, Лопес-де-Сіланеса, Макконелла, Нойбауера, Серваеса, Шлейфера та вітчизняних дослідників І.Л. Сазонця, В.І. Міщенко, Т. Бень, В.А. Євтушевського, Н.В. Бутенко, Т.О. Дяченко та інших.

Постановка завдання. 17 вересня 2008 року був опублікований Закон України «Про акціонерні

товариства» №514—VI. В Україні цей закон не могли прийняти протягом багатьох років. Починаючи з 2000 року чотирма скликаннями Верховної Ради було відхилено 12 версій його законопроекту, хоча слід зауважити, що подібні закони вже прийняті в усіх країнах СНД. Завданням дослідження даної статті є розкриття переваг і недоліків нового законодавства з точки зору фінансового забезпечення акціонерних товариств.

Результати. Акціонерні товариства виникли досить давно, що було зумовлено перш за все потребами розвитку продуктивних сил на відповідному етапі еволюції капіталістичного виробництва. Процес виникнення, функціонування і розвитку акціонерної власності охоплює тривалий період історії, коли траплялися суттєві зміни даної форми власності під впливом еволюції форм організації підприємств взагалі і акціонерних товариств, які є економічними формами реалізації відповідних видів і форм власності. Суперечність між потребою в більших розмірах капіталу і обмеженими можливостями його концентрації, яка притаманна таким формам підприємства, розв'язується через виникнення підприємств акціонерної форми, тобто акціонерної власності.

Таким чином, основна причина виникнення акціонерних товариств полягає в протиріччі між зростаючим обсягом виробництва та обмеженими розмірами індивідуального капіталу. Поряд з цим слід зважити на постійну конкурентну боротьбу і суперечності в класі капіталістів. З одного боку, точилася боротьба між різними групами функціонуючих капіталістів-підприємців за пріоритетне отримання вигідних позичок у банках. З іншого боку, мала місце також боротьба між функціонуючими підприємцями і власниками позичкового капіталу за розподіл отриманого прибутку (тобто за розміри своїх доходів). Крім того, суспільне виробництво розвивається нерівномірно, у формі економічних циклів, що зумовлює і нерівномірність пропозиції позичкового капіталу. Згадані причини змушують підприємців укладати угоди про заснування акціонерних товариств і мобілізацію капіталів завдяки випуску (емісії) акцій.