

DEVELOPMENT OF FRANCHISING IN UKRAINE

L. Momot

National university of food technologies

Key words:

*Financial account
Immaterial assets
Trade mark
Franchising
Franchisor
Franchisee
Franchise*

Article history:

Received 13.07.2014
Received in revised form
27.07.2014
Accepted 06.08.2014

Corresponding author:

L. Momot
Email:
npnuht@ukr.net

ABSTRACT

This article discusses some aspects of the accounting of franchise operations in Ukraine. The main accounting items of the franchise enterprise are outlined, the creation of which is predetermined by signing the franchise agreement. The paper considers the relationship between the franchisor and the franchisee, defines their relationship, commitment, cooperation and compensation procedures; highlights the franchise operations of intangible assets, liabilities arising prior to the franchisor, guarantees (mortgage rights on the equipment), the amortization of intangible assets (franchise), interest (using borrowed capital) and costs associated with the development of a new activity; describes the main advantages of a franchise that reduce operational costs and improve production efficiency.

РОЗВИТОК ФРАЙЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ

Л.В. Момот

Національний університет харчових технологій

У статті розглянуто деякі аспекти обліку франчайзингових операцій в Україні. Визначено основні об'єкти обліку в підприємства-франчайзі, поява яких зумовлена підписанням договору франчайзингу, а також основні переваги франчайзингу, що дозволяють знизити операційні витрати та підвищити ефективність виробничої діяльності. Проаналізовано взаємовідносини між франчайзером і франчайзі (їх взаємовідносини, зобов'язання, процедуру взаємодії та винагороду). Охарактеризовано основні аспекти франчайзингових операцій з нематеріальними активами, зобов'язаннями, що виникають перед франчайзером, гарантії (заставні права на обладнання), нарахування амортизації на нематеріальні активи (франшизу), відсотки (у разі використання позикового капіталу), витрати, пов'язані з освоєнням нового виду діяльності.

Ключові слова: *фінансовий облік, нематеріальні активи, торговельна марка, франчайзинг, франчайзер, франчайзі, франшиза.*

В економіці України виникли та розвиваються такі явища здійснення підприємницької діяльності, які успішно практикуються і використовуються у розвинутих країнах світу. Одним із таких явищ є франчайзинг (комерційна концесія).

Необхідність розвитку франчайзингу в Україні зумовлена втратою ринків збуту багатьма вітчизняними підприємствами в умовах загострення конкуренції на внутрішніх і зовнішніх ринках, відсутністю достатніх фінансових можливостей для запровадження нових технологій у виробництво, неконкурентоспроможністю порівняно із зарубіжними фірмами. Визначити зміст поняття франчайзингу та основні етапи розвитку франчайзингу в Україні з метою підвищення ефективності підприємницької діяльності.

В період входження України до Європейського Союзу об'єкти інтелектуальної власності стають предметом купівлі-продажу. Договірна передача прав інтелектуальної власності є ефективним засобом впровадження науково-технічних розробок. На цій основі виникли нові види договірних відносин – ліцензійний договір, договір франчайзингу, договір концесії тощо. З усіх видів договірних відносин, заснованих на передачі комплексу виключних прав на об'єкти інтелектуальної власності, договір франчайзингу є найбільш перспективним та ефективним способом ефективного ведення бізнесу.

Для нашої економіки франчайзинг є відносно новим явищем, у той час як у розвинутих країнах він практикується як засіб забезпечення потреб суспільства в різних послугах. Для малих підприємств та індивідуальних підприємців франчайзинг надає в розпорядження стабільний дохідний бізнес, для відомих фірм і компаній – можливість розширити й закріпити свої позиції на ринку.

У даний час розвиток українського підприємництва, насамперед малого та середнього бізнесу, ускладнений підвищеними комерційними ризиками. В Україні почав використовуватися один із інструментів підприємницької діяльності, який уже давно зарекомендував себе позитивно в Європейському Союзі — франчайзинг.

Сутність франчайзингу полягає у наданні одним суб'єктом підприємницької діяльності (франчайзером) права на здійснення певної діяльності з використанням його торговельної марки, технологій, ноу-хау та інших об'єктів інтелектуальної власності іншому суб'єкту підприємництва (франчайзі) протягом встановленого терміну на обмеженій території і на визначених умовах. Таке право має назву франшизи.

Франчайзинг є однією з найкращих бізнес-моделей у світі, яка надає можливість успішно розвивати малий і середній бізнес (МСБ). Вивченням теорії франчайзингу займаються зарубіжні (Ж. Дельтей, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, М. Мендельсон, С. Шейн), а також вітчизняні вчені (Н.О. Ковальчук, Н.М. Широбокова, В.В. Шкромата, Є.Г. Кошелеві, В.І. Ляшенко та ін.).

Франчайзер (франшизіар) — це компанія, що видає ліцензію або передає в право користування свій товарний знак, ноу-хау й операційні системи. Франчайзер створює успішний продукт чи послугу, наприклад, особливий стиль роботи ресторану швидкого харчування. Франчайзер досліджує і розвиває бізнес, витрачає гроші на просування бізнесу, створює гарну репутацію і пізнаваний імідж (так званий “бренднейм”). Після того, як компанія довела працездатність своєї бізнес-концепції й успішну відтворюваність цього бізнесу, вона може почати пропонувати підприємцям, що хочуть повторити подібний успіх, купити її франшизу.

Франчайзі (франшизіат) — це людина або компанія, що купує у франчайзера можливість навчання й отримання допомоги при створенні бізнесу і виплачує сервісну плату (роялті) за використання товарного знаку, ноу-хау і системи ведення робіт франчайзера. Франчайзі сам оплачує витрати на створення бізнесу. Дуже часто франчайзер надає вигідні знижки на важливі поставання (матеріали, видаткові кошти). Ці знижки завжди надають можливість франчайзі купувати продукти у франчайзера за більш вигідною ціною і в такий спосіб це коштує дешевше, ніж розвивати бізнес без франчайзера. Франчайзі робить первісний внесок за допомогу зі створення й відкриття бізнесу. Франчайзі приймає на себе обов'язок виплачувати щомісячні внески за право користування торговим знаком і бізнес-системою, за підтримку, навчання і консалтинг, що надаються франчайзером.

Франшизу можна розглядати як повну бізнес-систему, яку франчайзер продає франчайзі. Така система передбачає франчайзинговий пакет, що включає посібники з ведення робіт та інші важливі матеріали, які належать франчайзеру.

Щоб одержати такі права, франчайзі робить первісний внесок франчайзеру, а потім виплачує щомісячні внески. Це своєрідна оренда, тому що франчайзі ніколи не стає повним власником товарного знаку, а лише має право використовувати товарний знак на період виплати щомісячних внесків. Суми цих внесків обмовляються у франчайзинговому договорі і є предметом переговорів. Франчайзинговий пакет (повна система ведення бізнесу, передана франчайзі) дозволяє відповідному підприємцю вести свій бізнес успішно, навіть не маючи попереднього досвіду чи знань навчання в даній галузі.

Франчайзинг можна розглядати як симбіоз “великого” і “малого” бізнесу. У світовій практиці розрізняють різні види франчайзингу. Вибір франчайзингу залежить від виду господарської діяльності; стабільності франчайзера та його місця на ринку товарів і послуг; особливостей ринку місцевого франчайзі. Виділяють три основних види франчайзингу – товарний франчайзинг, виробничий і діловий.

Товарний франчайзинг іноді називають «франчайзинг продукту (торгового імені)». Цей вид франчайзингу, як правило, використовується у сфері торгівлі для продажу готового товару. У товарному франчайзингу франчайзером виступає виробник, що продає продукт чи напівфабрикат дилеру-франчайзі. Останній здійснює передпродажне і післяпродажне обслуговування покупців продукції франчайзера і відмовляється від продажу товарів конкурентів. Це правило визначає взаємини партнерів – франчайзера і франчайзі-дилера.

При товарному франчайзингу франчайзі купує у франчайзера товари і після цього перепродає їх від імені франчайзера. В окремих випадках компанія власник товару має відношення і до оплати гарантійних послуг, відшкодування витрат на спільну рекламу. Для товарного франчайзингу характерна вузька спеціалізація франчайзі на реалізації одного або декількох видів товарів і надання послуг.

Іншим видом франчайзингу є виробничий франчайзинг. Цей вид франчайзингу найбільш широко представлений у виробництві безалкогольних напоїв.

Кожен із місцевих чи регіональних підприємств, що займаються розливом та пакуванням безалкогольних напоїв, є франчайзі від основної компанії. Компанії Соса Соса, Персі продають концентрати та інші складові, необхідні для виробництва місцевим компаніям, що займаються розливом напоїв.

Третій вид франчайзингу — це діловий франчайзинг, який іще називають «франчайзинг бізнес-формату». При цьому франчайзер продає ліцензію приватним особам чи іншим компаніям на право відкриття магазинів, кіосків або цілих груп магазинів для продажу покупцям своїх продуктів чи надання послуг під ім'ям франчайзера. При діловому франчайзингу потрібно, щоб франчайзі оплачував постійні внески, а також робив внески в рекламний фонд, що знаходиться у віданні франчайзера. Франчайзер може здати в оренду франчайзі необоротні активи, запропонувати йому фінансування.

Ринок франчайзингу в Україні розвивається. 29 грудня 2001 року розпочала свою діяльність Асоціація роботодавців у галузі франчайзингу. Головне завдання цієї Асоціації — представляти інтереси підприємців, які використовують франчайзингові договори, надавати їм практичну допомогу при організації та впровадженні на ринку України. На момент створення Асоціації на умовах франчайзингу в 2001 р. працювало декілька десятків підприємств.

Члени Асоціації — це:

- 164 мережі;
- більше 2300 підприємств;
- більше 57 тисяч персоналу;
- станом на кінець 2012 р. — 8,4 млрд. грн. оціночного обороту.

У 2009 р. створена Федерація розвитку франчайзингу України (далі ФРФУ). Ініціатором її створення була група компаній, яка зацікавлена у підтримці та розвитку малого й середнього бізнесу в Україні, інфраструктури та гостинності.

Беручи до уваги пріоритети України щодо інтеграції в Європейський Союз, головною метою діяльності ФРФУ є налагодження відносин співпраці міжнародного бізнесу з представниками влади, підприємцями та підприємствами в Україні.

На сьогоднішній день Федерація розвитку франчайзингу України є провідною організацією у галузі франчайзингу, гостинності та інфраструктури в країні. Федерація розвитку франчайзингу прогнозує у найближчий час прихід міжнародних операторів ринку нерухомості та найбільш відомих брендів ресторанного бізнесу.

Прибутковими й активними залишаються компанії, що розвивають іноземні інвестиції. Найбільш динамічним з точки зору інвестицій є ринок готельного бізнесу. Серед українських компаній безумовним лідером є компанія «Система швидкого харчування» (FFS).

Ринок ресторанного бізнесу займає найбільшу частку — близько 55 % від усіх брендів, які розвивають франчайзинг в Україні. Ринок роздрібною торгівлі — близько 35 %, 10 % — всі інші види діяльності.

За даними експертів Федерації розвитку франчайзингу (FDF), спостерігається висока перспективність галузевого розвитку бізнесу, які в перспективі будуть працювати на умовах франчайзингу. Згідно з дослідженнями Феде-

рації, 29 галузей економіки України є досить перспективними для залучення іноземних франшиз. Це розвиток освіти, реклами та інших послуг.

В Україні франчайзинг найбільш поширений серед малого і середнього бізнесу. Проте деякі представники великого бізнесу також почали практикувати цей вид партнерства, коли визначена кількість процесів виконується не власними працівниками, а партнерами-франчайзі.

На сьогоднішній день ринок франчайзингу в Україні продовжує зростати. Компанії, що раніше розвивали лише власну мережу, виходять на ринок із франчайзинговими пропозиціями (наприклад, “Кофе-хауз”, “Ельдорадо”, що створює підприємцю багато додаткових вигод і перспектив.

Висновки

Франчайзинг має низку переваг, які дозволяють знизити операційні витрати та підвищити ефективність виробничої діяльності, що особливо важливо для України в сучасних умовах. Незважаючи на таку значну кількість переваг, на ринку франчайзингу існують проблеми, що потребують вирішення. До таких проблем варто віднести такі: необізнаність українських підприємців з основними принципами ведення бізнесу за умов франчайзингу; невідповідність правового регулювання франчайзингу змісту та стану розвитку комерційних відносин. Вимоги до реєстрації договорів комерційної концесії, які на сьогоднішній день регулюють відносини партнерів за системою франчайзингу; незахищеність франчайзі (особливо українських франчайзі у франчайзингових договорах з іноземними франчайзерами); відсутність детальної інформації про франчайзинг як метод ведення бізнесу; відсутність практики апробації бізнесу.

Література

1. Плюси і мінуси франчайзингу // Робимо гроші.— 2011.— № 9.— С. 23—26.
2. Сайт Асоціації франчайзингу (України) [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua>.
3. Козицький Д. Франчайзинг як ефективна форма організації і ведення бізнесу // Довідник економіста. — 2006. — № 1. — С. 30—33.
4. Франчайзинг в Україні [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://top-franchising.com.ua>.

РАЗВИТИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В УКРАИНЕ

Л.В. Момот

Национальный университет пищевых технологий

В статье рассмотрены некоторые аспекты учета франчайзинговых операций в Украине. Определены основные объекты учета в предприятия-франчайзи, появление которых предопределено подписанием договора франчайзинга, а также основные преимущества франчайзинга, позволяющие снизить операционные расходы и повысить эффективность производственной деятельности. Рассмотрены взаимоотношения между фра-

нчайзером и франчайзи, определены их взаимоотношения, обязательства, процедура взаимодействия и вознаграждение. Охарактеризованы основные аспекты франчайзинговых операций по нематериальным активам, обязательствам, возникающим перед франчайзером, гарантии (закладные права на оборудование), начисления амортизации на нематериальные активы (франшизу), проценты (при использовании заемного капитала), расходы, связанные с освоением нового вида деятельности.

Ключевые слова: *финансовый учет, нематериальные активы, торговая марка, франчайзинг, франчайзер, франчайзи, франшиза.*