

Г.К. Яловий, д-р екон. наук., проф.,
А.С. Цеслів, асп.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОМЕРЦІЙНОЇ КОНЦЕСІЇ (ФРАНЧАЙЗИНГУ) В УКРАЇНІ

У статті розглянуто сутність, особливості та основні переваги і недоліки комерційної концесії як ефективної форми інтеграції суб'єктів підприємництва. Проаналізовано перспективи розвитку комерційної концесії і виявлено основні перешкоди на шляху її впровадження в Україні та засоби їх подолання.

The article deals with the nature, characteristics, advantages and disadvantages of commercial concession as an effective form of integration of business entities. Perspectives of commercial concession are analyzed and the main barriers to its implementation and means of overcoming them in Ukraine are revealed.

Ключові слова: комерційна концесія, франчайзинг, інтеграція.

Keywords: commercial concession, franchise, integration.

Питання пошуку нових форм організації бізнесу та залучення інвестицій є актуальним, як для вже існуючих так і нових підприємств. Останнім часом в Україні все більш популярною стає така форма інтеграції бізнес-структур, як франчайзинг, яка незважаючи на широке використання у світовій практиці, для вітчизняної економіки залишається порівняно новим явищем.

Сучасний стан економіки України вимагає вирішення цілого ряду проблем, що знижують економічну ефективність підприємництва. А саме: необхідність розширення ринку реалізації продукції, виробленої однією фірмою, на широкому, часто, регіональному ринку; потреба залучення фахівців в дилерську мережу великих фірм; складність взаємодії підприємств малого і великого бізнесу; зниження ефективності і скорочення терміну роботи підприємств малого бізнесу. Одним з механізмів подолання цих проблем є франчайзинг, який дозволяє об'єднати переваги малого та великого бізнесу.

Це зумовлює актуальність висвітлення основних аспектів процесу впровадження і практики використання франчайзингу, вивчення його специфічних рис, а також ризиків, пов'язаних з його застосуванням, і перспектив розвитку даної форми бізнесу в Україні.

Дослідження франчайзингу, як ефективної форми ділового співробітництва, відображено в наукових працях таких відомих економістів як Варналій З.С. [1], Ягудін С.Ю. [4], Корольчук О.П. [6], Виноградська А., Кузьмін О.С.. Проте, на сьогодні існує багато невирішених питань теоретичного, методологічного та практичного характеру щодо оцінки ефективності франчайзингових систем і перспектив їх застосування. Отже, саме цим питанням буде присвячена стаття.

Метою дослідження є визначення сутності, особливостей використання комерційної концесії, як форми інтеграції суб'єктів підприємництва.

На сьогоднішній день франчайзинг працює в 99 галузях економіки і є самостійним об'єктом правового регулювання в більш ніж 80 країнах. Реалізація його специфічних переваг стає основою підвищення життєздатності суб'єктів малого підприємництва. Так, за даними Адміністрації малого бізнесу США, на кінець п'ятого року переставали існувати лише 14 % франчайзингових підприємств, тоді як для незалежних малих форм господарювання цей показник становив понад 65%.

Франчайзинг визнаний у світі, як найбільш прогресивна форма ведення бізнесу. В Україні перший франчайзинговий договір було підписано в 1994 році і надалі спостерігається його розвиток (рис. 1). За різними оцінками, тут налічується від 80 до 120 франчайзингових мереж (табл. 1). Найбільш поширений він у таких сферах, як торгівля – 57,6%, ресторанне господарство – 19,2 %, сфера послуг – 18,4%, виробництво – 2,5%, інформація – 2 % [6].

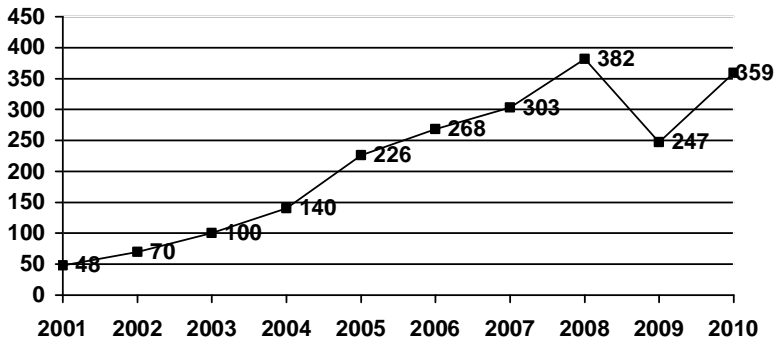


Рис. 1. Динаміка росту кількості франчайзерів в Україні

Враховуючи це, франчайзинг може поширюватися на будь-яку господарську діяльність, для котрої розроблено процеси виробництва, переробки та продажу товарів і послуг, а також наявності в Україні великого ринку збуту і можливості поступового зниження вартості франшизи можна очікувати збільшення динаміки його розвитку в найближчі роки [1].

В українському законодавстві використовується термін комерційна концесія, що загалом відповідає змістові поняття франчайзинг, який використовується у міжнародній практиці [2].

Відносини комерційної концесії в Україні регулюються Цивільним кодексом (Глава 76), Господарським кодексом (Глава 40), Законом України «Про концесії», численними постановами Кабінету Міністрів, які були прийняті для виконання зазначених законів, та іншими нормативно-правовими актами. За розвитком франчайзингових відносин слідує Асоціація франчайзингу України, Міністерство економіки, Українська біржа інтелектуальної власності та інші.

Таблиця 1. Франчайзингові мережі в Україні

Сегмент	Кількість галузей	Кількість брендів	Кількість франчайзерів	Кількість точок	К-ть франчайзингових точок
Торгівля	34	1021	179	29032	13303
Послуги споживачам	22	313	75	5880	2263
Громадське харчування	14	252	50	2929	1760
Інформація	7	47	8	385	128
Послуги для бізнесу	7	84	21	2535	2116
Виробництво	6	37	12	558	389
Вендінг	5	17	11	6200	1195
Фінанси	4	14	3	638	93
Всього	99	1782	359	48157	21247

Джерело: [7].

Комерційна концесія – це вид ділового співробітництва, згідно з яким одна сторона (правоволоділець, або франчайзер) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві, або франчайзі) за плату право користування комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг.

Предметом договору є право на використання об'єктів права інтелектуальної власності (торговельних марок, промислових зразків, винаходів, творів, комерційних таємниць тощо), комерційного досвіду та ділової репутації [3].

Франчайзинговий договір визначає правові та ділові взаємовідносини між суб'єктами франчайзингу, сторонами якого можуть бути фізичні та юридичні особи, які є суб'єктами підприємницької діяльності.

До особливостей франчайзингу можна віднести:

- існування двох сторін договору (франчайзера і франчайзі);
- наявність виключних прав у франчайзера;

• право на використання об'єктів права інтелектуальної власності здійснюється на платній і строковій основі;

• незважаючи на партнерство кожна сторона договору несе виключну відповідальність за свою діяльність і ризик пов'язаний з цим [4, с.107].

Привабливість і відповідно широкий розвиток франчайзингу пояснюється комплексним характером відносин, достатньо високим рівнем їх прозорості, а також перевагами системних зв'язків, що в свою чергу дозволяє сформувати одноманітну мережу з ефективним розподілом капіталовкладень, створити широку систему збуту товарів і послуг, посилити конкурентні переваги учасників мережі відносно до інших учасників аналогічного ринку, забезпечити можливість більш швидкого виходу на ринок з мінімальним ризиком нових учасників системи. Крім того, внутрішня координація

системи на різних рівнях дозволяє оптимізувати витрати, в тому числі щодо виведення на ринок модифікованих і нових товарів і послуг, їх просування і розподілу, що природнім чином дає конкурентні переваги, як кожному конкретному учаснику, так і мережі в цілому [5]. Переваги та недоліки франчайзингу наведені в табл. 2.

Таблиця 2. Переваги та недоліки франчайзингу

	Франчайзер	Франчайзі
Переваги	<p>отримання коштів для розширення бізнесу (початковий внесок, роялті, платежі за послуги консалтингу і маркетингу, передача обладнання і площ в оренду та ін.);</p> <p>можливість збуту товарів і послуг на віддалених територіях і проведення територіального розподілу ринку з метою обмеження конкуренції між франчайзі без порушення антимонопольного законодавства;</p> <p>донесення інформації про товар (послугу) до ширшого кола споживачів;</p> <p>звільнення від необхідності оперативного управління точками;</p> <p>зацікавленість франчайзі в успішності бізнесу, що зумовлює його прибутковість для франчайзера;</p>	<p>отримання власного перевіреного бізнесу з меншим ризиком банкрутства (порівняно з відкриттям бізнесу з нуля);</p> <p>отримання постійної підтримки франчайзера;</p> <p>можливість працювати під ім'ям відомої торгівельної марки;</p> <p>відсутність конкурентів на території (інших франчайзі даної мережі);</p> <p>швидкий і ефективний початок ведення бізнесу;</p> <p>використання вже перевіреної системи;</p>
Недоліки	<p>складність підбору компетентного і чесного франчайзі;</p> <p>ризик виростити потенційного конкурента;</p> <p>труднощі виведення недобросовісного франчайзі з бізнесу;</p> <p>ризик розголошення конфіденційної інформації;</p> <p>можливість втрати контролю над франчайзі;</p> <p>невпевненість франчайзера в отриманні правдивого звіту від франчайзі;</p> <p>репутація одного франчайзі може кинути тінь на торгову марку, заплямувати репутацію всієї мережі;</p>	<p>неможливість впливу на умови договору;</p> <p>обмеження ініціативи;</p> <p>відсутність належної підтримки у випадку підбору недобросовісного франчайзера;</p> <p>повна відповідальність за свій бізнес;</p> <p>необхідність сплати внесків;</p> <p>небезпека краху у випадку банкрутства франчайзера;</p>

В цілому в Україні великі перспективи для використання франчайзингу. Його розвиток дозволить:

- ✓ підвищити загальну культуру підприємницьких відносин;
- ✓ підвищити ефективність позитивного державного впливу на розвиток тих чи інших видів діяльності та на мале підприємництво;
- ✓ поліпшити етичний клімат бізнесу;
- ✓ створити нові робочі місця;
- ✓ залучити значні іноземні інвестиції в економіку;
- ✓ посилити правову захищеність малого підприємництва;
- ✓ ініціювати розробку нових ідей, методів і технологій у малому бізнесі;

✓ побудувати комплексну систему практичного навчання для малого підприємництва без створення будь-яких спеціальних навчальних структур і програм;

✓ освоїти нові технології малого підприємництва.

Проте, існує ряд перешкод, які стримують впровадження франчайзингу.

Стримуючі фактори у розвитку франчайзинг в Україні:

▪ недосконалість законодавчої бази;

▪ економічні проблеми:

• нестабільність розвитку економіки України (застосування франчайзингу вимагає стабільності та передбачуваності економіки);

• відсутність у більшості підприємців (потенційних франчайзі) необхідного стартового капіталу для входження у франчайзингову систему;

• складність, а часом і неможливість отримання кредитів для створення стартового капіталу;

▪ соціально-психологічні проблеми:

• відсутність власне вітчизняного досвіду використання франчайзингу та побоювання підприємців (потенційних франчайзі) провалу франчайзингової системи в цілому;

• слабка підготовка підприємців, які могли б виступити організаторами франчайзингових систем;

▪ зневага до інтелектуальної власності.

Найголовнішою проблемою застосування франчайзингу в Україні є відсутність законодавчого регулювання. Буде перебільшенням стверджувати, що в Україні склалися всі необхідні умови для розвитку франчайзингових відносин, в той же час, і не можна заперечувати існування об'єктивних передумов, що сприяють зародженню франчайзингового бізнесу. З одного боку, політична нестабільність, непослідовність економічної політики, фрагментарне законодавство, а з другого – формується ринкова інфраструктура: створюються товарні та фондові біржі, комерційні банки, інвестиційні фонди, системи ринкової інформації і зв'язку, продовжуються процеси становлення ринкового господарства, роздержавлення та приватизації економіки, розширюється коло власників, відроджується дух підприємництва [6].

Підводячи підсумок аналізу проблем франчайзингу, необхідно підкреслити, що для його розвитку в Україні є достатньо широкі можливості, для реалізації яких необхідно створити певні умови. Потрібна законодавча ініціатива з розробки закону про франчайзинг і внесення відповідних змін до наявних законів і нормативних актів, включення в урядову програму проекту підтримки малого підприємництва з використанням системи франчайзингу, створення мережі навчально-консультаційних організацій і освітньої системи, яка дозволила б значно розширити підготовку вітчизняних підприємців в цій області. Дуже важливим є створення системи податкових пільг для франчайзі, особливо на початковому етапі розвитку франчайзингової системи. Доцільно також надати можливість застосування франчайзі спрощеної системи бухгалтерського обліку. Незважаючи на наявні негативні фактори, на

вітчизняному ринку існує безліч позитивних прикладів розвитку бізнесу на основі франчайзингу.

Описані позитивні аспекти франчайзингу, необхідність використання в Україні нових форм інтеграції бізнес-структур, знаходження нових джерел інвестицій дають змогу говорити про необхідність і актуальність подальшого дослідження піднятих питань. Вважаємо доцільним більш глибоке дослідження таких питань: ефективність і особливості використання франчайзингу в залежності від галузі економіки, переваги і недоліки відносно інших форм інтеграції бізнес одиниць.

Література

1. Варналій З.С. Франчайзинг як ефективна форма інтеграційних зв'язків суб'єктів малого бізнесу та корпорацій // Актуальні проблеми економіки. – 2002. – №3. – С. 47-53.
2. Опейда З. Франчайзинг чи комерційна концесія? // Юр.газета – 2006. – №18(78). – режим доступу <http://www.yur-gazeta.com/article/379/>.
3. Цивільний кодекс України : за станом на 16 січ. 2003 р. / Верховна Рада України. – Офіц. вид. – К.: Парлам. вид-во, 2003. – 453 с. – (Бібліотека офіційних видань).
4. Ягудин С.Ю. Венчурное предпринимательство. Франчайзинг. – М.: Изд. Центр ЕАОИ, 2008. – 272 с.
5. Устюжанин А.А. Франчайзинг в России // Вестник Московського университета. Серия 6 Экономика – 2009. – №4. – С.14–20.
6. Корольчук О.П. Франчайзинг як спосіб активізації інтеграції вітчизняного бізнесу в глобальні виробничі та збутові мережі // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту – 2011. – №3(30). – С.176–186.
7. Газета спецвипуск к выставке «Франчайзинг 2011» «Мир франчайзинга» // Информационное ревю Ассоциации франчайзинга Украины – 2011. – №49. – С.8.