

ДЕЯКІ ПРОБЛЕМИ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ВІДНОСИН В УКРАЇНІ

В. А. Луппа

викладач кафедри міжнародного права
Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна

Стаття присвячена проблемам, які стосуються франчайзерів і франчайзі при здійсненні франчайзингової діяльності. Автором надано визначення поняття «франчайзинг», розглянуті об'єктивні та суб'єктивні проблеми, що стримують розвиток франчайзингових відносин в Україні. Досліджені правові, економічні, соціально-психологічні та освітні проблеми франчайзингових відносин та шляхи їх подолання.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзі, комерційна концесія, проблеми франчайзингу, розвиток франчайзингу в Україні.

НЕКОТОРЫЕ ПРОБЛЕМЫ ФРАНЧАЙЗИНГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ В УКРАИНЕ

Статья посвящена проблемам, которые касаются франчайзеров и франчайзи при осуществлении франчайзинговой деятельности. Автором определено понятие «франчайзинг», рассмотрены объективные и субъективные проблемы, которые сдерживают развитие франчайзинга в Украине. Исследованы правовые, экономические, социально-психологические и образовательные проблемы франчайзинговых отношений и пути их преодоления.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, коммерческая концессия, проблемы франчайзера, развитие франчайзинга в Украине.

SEPARATE PROBLEMS OF FRANCHISING RELATIONS IN UKRAINE

This article is devoted to problems which relate to franchisers and franchisees in activities of the franchise. The author defined «franchising», considered objective and subjective problems which restrain development of franchising relations in Ukraine. There are investigated economic, legal, social, psychological and educational franchising relations' problems and ways to overcome these problems.

Key words: franchising, franchiser, franchisee, commercial concession, problems of franchising, franchising development in Ukraine.

Постановка проблеми. На сьогодні інститут франчайзингу має загальне визнання і величезну актуальність у всьому світі. Багато країн світу створили для розвитку франчайзингу вигідні умови і досягли значного зростання кількості компаній, що використовують цю модель роботи. В той же час слід визнати, що використання франчайзингу як особливого способу ведення бізнесу в нашій країні залишається незначним. Рішення багатьох економічних проблем в Україні вимагає нових економічних механізмів. Одним з таких механізмів є франчайзинг, під яким розуміють відносини між ринковими суб'єктами, при яких одна сторона (франчайзер) передає іншій стороні (франчайзі) за плату право на користування визначеним видом діяльності за спеціально розробленою бізнес-моделлю. Слід відзначити, що поняття «франчайзинг» використовується у більшості країн світу, але з прийняттям Цивільного кодексу України у 2003 році правовідносини франчайзингу в Україні отримали назву «комерційна концесія».

Основна частина. Франчайзинг є одним із нечисленних відомих інструментів, який дозволяє підвищити ефективність малого бізнесу. Сьогодні франчайзинг є особливо актуальним у контексті розвитку ринкових відносин та збільшення кількості суб'єктів підприємницької діяльності. Застосування франчайзингу дозволяє розв'язати значну кількість проблем малого підприємництва, зокрема збільшити інвестиційний потік для самостійної модернізації та оновлення обладнання, необхідного для високоякісного виробництва товарів і надання послуг.

Незважаючи на те, що франчайзинг є достатньо дослідженим правовим явищем, недостатню увагу приділено проблемам його застосування, що особливо актуально для України. В Україні існують певні проблеми франчайзингових відносин. Так, однією з центральних проблем франчайзингових відносин можна визначити проблему ризику, під яким розуміють можливість настання несприятливих наслідків незалежно від поведінки осіб [1, с. 25].

Основний ризик у франчайзингових відносинах покладається на франчайзера. Так у ст. 1120 Цивільного кодексу України закріплено коло обов'язків правоволодільця, а саме те, що він зобов'язаний передати франчайзі технічну та комерційну документацію і надати іншу інформацію, необхідну для здійснення прав, наданих йому за договором комерційної концесії, а також проінформувати користувача та його працівників з питань, пов'язаних із здійсненням цих прав. На нашу думку, цей обов'язок складає один з основних ризиків, адже недобросовісний франчайзі може використати комерційну таємницю не за прямим призначенням, а з метою, яка не передбачена умовами договору. Тому, для недопущення такого випадку, з метою збереження комерційної таємниці франчайзер може у договорі закріпити заборону субфранчайзингу, а також умови, які направлені на збереження комерційної таємниці.

Другим ризиком для франчайзера можна визнати його субсидіарну відповідальність за шкоду завдану неякісним товаром, роботами або послугами, які продаються чи виконуються франчайзі згідно з дого-

вором франчайзингу, та солідарну відповідальність франчайзера та франчайзі за вимоги, що висуваються франчайзі як виробнику продукції (товарів) франчайзера. Також для франчайзера існує ризик втрати ділової репутації через некомпетентність франчайзі, або внаслідок вчинених ним дій.

Водночас, франчайзингові відносини породжують ризик і для франчайзі. Він полягає в тому, що франчайзер може надати аналогічні права іншому франчайзі не через договір субфранчайзингу, а на пряму, тим більш на тій же території. Крім зазначеного, у франчайзі не виключений ризик того, що франчайзер може іншим франчайзі надавати комерційну таємницю у більш розширеному вигляді, ніж йому (коли він сам виробляє продукцію, чи надає послуги), а звідси – якість виробленої продукції тощо. Також не можна виключати випадки надання неякісної продукції самим франчайзером [2, с. 61].

Також у франчайзингових відносинах можна виділити об'єктивні та суб'єктивні проблеми, що стримують розвиток франчайзингу в Україні. До об'єктивних проблем можна віднести такі:

- відсутність фахівців з певних видів господарської діяльності, які могли б кваліфіковано застосовувати цей метод збуту, що привело б до отримання франчайзером прибутків;
- відсутність знань про франчайзинг як метод збуту та технології його використання;
- новизна договору франчайзингу та його складність порівняння з іншими видами договорів [3, с. 109–113; 4, с. 14–16].

Серед суб'єктивних проблем франчайзингових відносин виділяють такі:

- небажання потенційних франчайзерів навчати майбутніх франчайзі навичкам ведення підприємницької діяльності певного виду, оскільки такі франчайзі розглядаються як потенційні конкуренти;
- небажання потенційних франчайзерів інвестувати значні кошти у власне підприємство для створення франшизи;
- відсутність доступу до інформації про фахівців, які могли б допомогти потенційному франчайзеру при створенні окремих елементів франшизи (дизайнерів, психологів або юристів, економістів тощо).

Аналізуючи об'єктивні проблеми франчайзингових відносин слід відзначити, що франчайзинг є економічним інструментом, для впровадження якого необхідні відповідні економічні передумови, які в Україні недостатньо сформувалися та призвели до економічних проблем, а саме:

- нестабільність розвитку економіки України. Франчайзингові схеми вимагають стабільності та передбачуваності економіки;
- відсутність у потенційних франчайзі необхідного стартового капіталу для входження у франчайзингову систему;
- складність одержання кредитів для створення стартового капіталу;
- недоліки системи оподаткування.

Найважливішою економічною проблемою розвитку франчайзингових відносин в Україні є відсутність стабільності, яка полягає в постійних стрибках розвитку економіки країни, що призводить до різких коливань попиту на усі види товарів та послуг. Усе це безпосередньо стосується інтересів франчайзі. Наприклад, багато з франчайзі змушені внаслідок обмежених власних коштів відкривати свої підприємства в орендованих приміщеннях, що призводить до постійних витрат, які доступні не всім підприємцям.

Окрема проблема франчайзингових відносин пов'язана з тим, що франчайзинг базується на взаємодії двох типів самостійних підприємців – франчайзера і франчайзі, кожний з яких повинен вкладати в розвиток системи свій стартовий капітал. Якщо врахувати, що франчайзі повинен вносити разову франшизну плату, то стартовий капітал франчайзі має бути досить великим. Однак далеко не в усіх вітчизняних підприємців є достатньо коштів.

Зміст стартового капіталу у вигляді банківського кредиту також обумовлено низкою проблем, з-поміж яких:

- рівень прибутковості франчайзі, з урахуванням усіх регулярних платежів (рояліті, відрахування в централізований рекламний фонд та інші платежі), може призвести до того, що термін повернення кредиту буде досить тривалим, а якщо врахувати діючі ставки кредиту та рівень ризиків, то він може стати зовсім неможливим;
- необхідність надання франчайзі банку рівноцінного кредиту застави;
- внаслідок існуючої економічної нестабільності в Україні банк надає, як правило, короткострокові (до року) кредити із низкою умов, а за цей час франчайзі не завжди може виконати свої кредитні зобов'язання.

Фактор, що гальмує розвиток малого і середнього бізнесу, також пов'язаний із чинною системою оподаткування. Податкова політика переважно має фіскальний, а не стимулюючий характер. Основні її недоліки полягають, по-перше, у надмірно високому рівні податків. Вони не стимулюють зростання виробництва, що в умовах його падіння є необхідним. По-друге, сама податкова система досить нестабільна. По-третє, існує значна кількість податків, у яких підприємець просто губиться. Ці причини роблять не вигідним виробництво багатьох конкретних товарів.

Також можна відзначити, що основні труднощі франчайзингових відносин виникають ще на стадії створення підприємницьких структур і пов'язані з дозвільним характером цієї процедури, що створює проблеми правового характеру. Чинне законодавство не містить поняття «франчайзинг», а відображення комерційної концесії не повністю розкриває сутність «франчайзингу». Недосконалість правової бази істотно звужує можливість розвитку франчайзингових відносин та, передусім, значно ускладнює можливість кредитування франчайзі. Розвиток правового забезпечення франчайзингових відносин вимагає вирішення економічних проблем і додаткових витрат на

удосконалення правової бази з прозорими правовими схемами. Законодавчими та підзаконними актами передбачається низку положень і правил, які істотно ускладнюють створення нових підприємств.

З метою покращення правової основи франчайзингових відносин бажано законодавчо встановити норми прямої дії, які б не супроводжувалися додатковими інструктивними і методичними матеріалами, не припускали вільного трактування закону. Доцільно змінювати ставки діючих податків, а відміна чималої кількості дрібних податків, частка яких досить мізерна у загальних надходженнях до бюджету, значно знизить навантаження як на платників податків, так і на податкові органи. Крім цього, у чинному законодавстві відсутні пільги, які є в зарубіжних країнах для підтримки розвитку та заохочення малого бізнесу, насамперед франчайзингових відносин. Серед них диференційовані ставки податків, які залежать від розміру бази оподаткування, встановлення неоподаткованого мінімуму прибутку тощо.

Слід зазначити, що сьогодні існує потреба у реєстрації договорів франчайзингу з метою захисту інтересів споживачів, їх інформування, забезпечення належної якості товарів і послуг, відповідальність за які несуть сторони системи франчайзингу. Отже, законодавча підтримка франчайзингових відносин має забезпечити правову стабільність, недопущення погіршення умов функціонування малого бізнесу. Це сприятиме також попередженню зловживань у сфері малого підприємництва.

Вирішення економічних та правових проблем франчайзингових відносин дуже важливе, розвиток яких стримують і соціально-психологічні проблеми, до яких можна віднести:

- відсутність вітчизняного досвіду та відсутність впевненості у отриманні позитивного результату в суб'єктів франчайзингової системи;
- використання торгової марки франчайзера саме за умовами, які передбачені договором;
- неможливість самостійного керування діяльністю.

Перша перешкода на шляху організаторів франчайзингових систем в Україні – недостатність вітчизняного досвіду франчайзингу та страх потенційних франчайзі провалу франчайзингової системи. Посилання на закордонний досвід сприймаються, як правило, досить скептично, через неможливість, на думку багатьох, його застосування в Україні. Вирішити цю проблему можна тільки шляхом ретельного вивчення й узагальнення вітчизняного досвіду франчайзингу як на вітчизняних підприємствах, так і в спільних проектах, причому як успішних, так і невдалих.

Друга соціально-психологічна проблема, яка перешкоджає розвитку франчайзингових відносин, пов'язана зі страхом потенційних франчайзерів передати право на використання своєї торгової марки іншим. Йдеться про їхню невпевненість у тому, що майбутній франчайзі буде використовувати їх торгову марку відповідно до договору, не продаючи іншу

продукцію під маркою франчайзера [5, с. 94].

Також істотною проблемою франчайзингових відносин є неможливість самостійного керування діяльністю потенційних франчайзі. Логічно, що входження до франчайзингової системи вимагає від франчайзі працювати за тими стандартами, які сформулював франчайзер. Однак робота у великій франчайзинговій системі дає франчайзі такий досвід, який він, за рідкісним винятком, не зможе придбати самостійно, і цей досвід компенсує всі інші витрати.

Також слід зазначити, що досі не вироблено морально-етичних норм і правил, здатних забезпечити довірчі, партнерські відносини. Поки такі відносини відсутні і не сформована чітка система інформаційного забезпечення, підприємцям у взаєминах і при обміні інформацією найчастіше доводиться покладатися на власну інтуїцію.

Більшість проблем франчайзингових відносин пов'язані зі слабкою підготовкою підприємців, які б могли виступити організаторами франчайзингових систем (франчайзерами) і працювати в цих системах як франчайзі, що призводить до освітніх проблем. Багато підприємців не мають достатньо знань, щоб правильно пояснити сутність цього терміна, а також детальної інформації щодо переваг і недоліків франчайзингових систем. Рівень наукової розробки франчайзингу та доступність отримання інформації щодо нього підприємцями, які бажають займатися діяльністю в сфері франчайзингу на сьогодні можна вважати недостатнім. У літературі існують також суперечки, пов'язані з термінологією у сфері франчайзингу. Наприклад, деякі автори використовують у своїх працях некоректні поняття, зокрема:

- замість терміна «франчайзинг» вживають «франшизинг»;
- франчайзера називають головною компанією, ліцензіаром, франшизіаром;
- франчайзі – оператором, франшизіатом, ліцензіатом;
- франшизу – франчайзом;
- термін «франшиза» вже використовується в страховій діяльності у значенні умовної і безумовної франшизи, що ніяк не стосується франчайзингу [6].

Усе це створює певні проблеми для осіб, які вперше стикаються з цим видом ведення бізнесу, студентів, населення тощо.

Вирішення освітніх проблем пов'язане з необхідністю створення мережі навчальних і консультаційних центрів з франчайзингу, що в свою чергу вимагає розв'язання суто економічних проблем. Проте пріоритетним тут має бути розуміння того, що вирішення освітніх проблем франчайзингу сприятиме розширенню знань франчайзі у сфері права й економіки.

Для вирішення освітніх проблем необхідно створити освітню систему, яка дозволила б значно розширити підготовку вітчизняних підприємців у сфері франчайзингу. Ця система повинна мати два напрями: широкий, що забезпечує пропаганду франчайзингу як економічного інструмента, і вузький, що

забезпечує цільове консультування суб'єктів франчайзингових систем (франчайзера і франчайзі) з конкретних економічних проблем франчайзингу. Ці два напрями покликані доповнювати один одного. На сьогодні існує вузький напрям, пов'язаний з розвитком управлінського консультування з проблем франчайзингу. На нашу думку, актуальним є консультування, що охоплює не тільки загальні проблеми франчайзингу, але передусім концентрується на особливостях формування його елементів та їх взаємодії у цілісній системі. Особливо важливими напрямками консультування є правові аспекти франчайзингу, взаємодія франчайзера і франчайзі, організація бухгалтерського обліку, підбір і управління персоналу тощо.

Розглянуті проблеми франчайзингових відносин не можна аналізувати локально, вони тісно пов'язані і доповнюють одна одну. Так, економічні проблеми франчайзингових відносин зумовлені не тільки станом економіки, але і впливом організаційно-правових проблем, а соціально-психологічні проблеми пов'язані з організаційно-правовими і дуже важливо, щоб правова складова була джерелом впевненості як франчайзера, так і франчайзі. Таким чином, розв'язання перелічених проблем франчайзингових відносин можливе тільки в комплексі, коли вирішення однієї проблеми обумовлене необхідністю вирішення інших.

Одним із перших кроків до подолання окреслених проблем було створення в Україні Асоціації франчайзингу, яка сприяє проведенню семінарів, організації міжнародних конференцій на теренах України, розробляє заходи для майбутнього входу УАФ до складу Міжнародної франчайзингової асоціації (IFA), з метою подальшого розвитку франчайзингових відносин. Позитивний вплив цієї діяльності виявляється у поступовому поширенні практики використання франчайзингу як ефективною і гнучкою форми організації бізнесу, яка сприяє зниженню ризику в малому підприємстві, активному впровадженню сучасних технологій як у виробничій, так і у сфері послуг.

Для подальшого позитивного розвитку франчайзингових відносин в Україні доцільно, на нашу думку, вжити таких заходів:

- активізувати діяльність Української асоціації франчайзингу (УАФ);

- розробити та прийняти окремий нормативно-правовий акт про франчайзинг (комерційну концесію), який би детально регламентував визначення, властивості франчайзингу, його різновиди, важливі умови договору франчайзингу.

Вирішення зазначених завдань та усунення існуючих недоліків сприятиме стимулюванню розвитку цивільно-правових відносин у сфері франчайзингу в Україні.

Державна підтримка франчайзингових відносин в Україні та його розвиток, на наш погляд, дозволять:

- підвищити загальну культуру підприємницьких відносин та правову захищеність малого підприємства;

- створити нові робочі місця, сформувати банк нових ідей, методів і технологій в малому бізнесі;

- підвищити ефективність позитивного державного впливу на розвиток певних видів діяльності та мале підприємство в цілому;

- створити комплексну систему практичного навчання малому підприємству без організації будь-яких спеціальних навчальних структур та програм, оскільки сама суть франчайзингу передбачає потужну систему навчання малому бізнесу;

- залучити значні іноземні інвестиції в українську економіку, оскільки розвиток міжнародного франчайзингу передбачає інвестування капіталів у створення пілотних проектів [7, с. 40–46].

Висновки. Підводячи підсумок аналізу проблем франчайзингових відносин, ми дійшли висновку, що для розвитку франчайзингу в Україні є великі можливості. Проте для реалізації цих можливостей необхідно створити певні умови. Необхідним визнається розробка та прийняття закону України «Про комерційну концесію» і внесення відповідних змін у пов'язані з ним нормативні акти. Необхідним є включення в урядову програму заходів з підтримки малого підприємства системи розвитку франчайзингу. Важливим є створення системи податкових пільг для франчайзі, особливо на початковому етапі розвитку франчайзингової системи, застосування франчайзі спрощеної системи бухгалтерського обліку, створення мережі навчально-консультаційних центрів з франчайзингу по всій Україні.

Список літератури

1. Фогельсон Ю. Конструкции «интерес» и «риск» в Гражданском кодексе / Ю. Фогельсон // Хозяйство и право. — № 6. — 2003. — С. 25.
2. Резніченко С. В. Розвиток франчайзингу в Україні та ризик, пов'язаний з його застосуванням / С. В. Резніченко // Актуальні проблеми держави і права: збірник наукових праць; [за гол. ред. С. В. Ківалова та Ю. М. Оборотова]. — Одеса: «Юридична література», 2007. — № 31. — С. 304 с.
3. Нураліев Б. Франчайзинг в сфере информационных технологий / Б. Нураліев // II Междунар. конф.: Торговля и франчайзинг. — 2000. — С. 109–113.
4. Особенности национального франчайзинга / Штрихкод. — №3. — 2004. — С. 14-16.
5. Корольчук О. П. Франчайзинг (теорія, методологія, практика) / О. П. Корольчук / Київський національний торговельно-економічний ун-т. — К., 2006. — 207с.
6. Стенворт Д. Франчайзинг в малом бизнесе. Руководство Барклайз банка / Д. Стенворт, Б. Смит / пер. с англ. под ред. Л. Н. Павловой. — М.: «Аудит», ЮНИТИ, 1996. — 200 с.
7. Андрощук Г. А. Типовые условия франчайзингового договора / Г. А. Андрощук, В. А. Денисюк // Предпринимательство, хозяйство и право. — 1997. — №4. — С. 40–46.