

Bibliography:

1. The industrial management / R.A. Fathutdinov. – SPb.: Piter, 2003.
2. Grabaurov V.A. Information technologies for managers. – Moskva: Finansy i statistika, 2002.
3. Zhelezko B.A., Morozevich A.N. Theory and practice of building of information analytical Decision Support Systems. – Minsk: Menedjment.
4. Laudon, Kenneth C. Essential of Management Information Systems: organization and technology. – New Jersey: Prentice-Hall, 1997.
5. <http://ilyichsteel.metinvestholding.com>.
6. O'Liri D. ERP-systems. Modern planning and control of enterprise resources. – Moskva: Vershina, 2004.
7. Baronov V.V., Kalyanov G.N. Information technologies and enterprise management. – Moskva: Kompaniya IT, 2009.
8. SAP R/3: Management / M. Rebshtok, K. Hildebrand. – Minsk: Novoye znaniye, 2003.
9. <http://sap.com.ua>.
10. <http://www.atkcg.ru>.

Рецензент: Т.Г. Логутова
д-р екон. наук, проф. ГВУЗ «ПГТУ»

Статья поступила 27.03.2013

УДК 338.24.001.76

©Фролова З.В.*

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В УКРАИНЕ

Рассмотрена эволюция франчайзинга в мировой экономике, этапы возникновения и формирования коммерческой концессии в Украине, сделан анализ перспективности развития этой формы трансфера технологий.

Ключевые слова: инновационная деятельность, трансфер технологий, франчайзинг, франшиза, коммерческая концессия, франчайзер, франчайзи.

Фролова З.В. Перспективи розвитку франчайзингу в Україні. Розглянуто еволюцію франчайзингу в світовій економіці, етапи виникнення і формування комерційної концесії в Україні, зроблено аналіз перспективності розвитку цієї форми трансферу технологій.

Ключові слова: інноваційна діяльність, трансфер технологій, франчайзинг, франшиза, комерційна концесія, франчайзер, франчайзі.

Z.V. Frolova. The prospect of the development of franchising in Ukraine. The evolution of the franchise in the world economy, the stages of the origin and formation of franchising in Ukraine, made an analysis of prospectively development of this form of technology transfer.

Keywords: innovation, technology transfer, franchising, franchise, commercial concession, the franchisor, franchisee.

* канд. техн. наук, доцент, ГВУЗ «Приазовский государственный технический университет», г. Мариуполь

Постановка проблеми. В современных условиях глобальное развитие и движение технологий через международный рынок является одним из важнейших факторов трансформации мировой экономики. Коммерческая реализация технологий является элементом сложной системы научно-технического сотрудничества. Практика хозяйствования в нашей стране и за ее пределами выработала целый ряд организационных форм трансфера и коммерциализации технологий. На современном этапе одной из широко используемых форм трансфера технологий стал франчайзинг [1, 2].

Анализ последних исследований и публикаций. Научно-методологические аспекты франчайзинга исследовались многими учеными, такими как: Дельта Ж., Котлер Ф., Ламбен Ж., Мендельсон М., Шейн С., Ковальчук Н.А., Широбокова Н.М., Шкромарда В.В., Ляшенко В.И. и др. Однако их работы посвящены в основном теоретическим проблемам развития этой формы бизнеса, тогда как вопросы развития франчайзинга в условиях национальных экономик требуют дополнительного исследования.

Цель статьи. Сделать анализ поэтапного развития франчайзинга, оценить перспективность развития этой формы трансфера технологий в Украине.

Изложение основного материала. Франчайзинг – это узнаваемый внешний вид и понятное качество. Это метод построения сети, при котором все ее участники работают под одной торговой маркой и по общей системе. Это возможность быть независимым предпринимателем и при этом пользоваться всеми преимуществами прогрессивных технологий крупного игрока на рынке [1, 2].

Некоторые ученые считают, что франчайзинг изобрела королева Испании, когда она в 1492 году дала Христофору Колумбу "франшизу" на развитие торговли с «новым миром». Интересно, что в этом самом «новом мире» франчайзинг вновь начал развиваться в XX веке [1, 3].

В США первой настоящей контрактной коммерческой франшизой считается франшиза компании "Зингер" по производству швейных машин, которая оформила свою франшизу в 1851 году, чтобы прекратить "войну швейных машин", в которой четыре производителя преследовали друг друга. Исаак Зингер и его партнер-адвокат Эдвард Кларк организовали "Объединение швейных машин" с первым американским пакетом патентов, распределяющих среди производителей дистрибьюторские права. Была создана очень важная дистрибьюторская и маркетинговая концепция. Эта концепция превратилась в тот современный франчайзинг, который нам сегодня известен.

Франчайзинг продолжал расти по мере того, как индустриальная революция в США набирала темпы, и массовое производство привело к необходимости улучшения дистрибьюторских систем.

Франчайзинг в автоиндустрии - один из самых старых видов франчайзинга в экономике. Компания "Дженерал Моторс" оказала огромное влияние на франчайзинг. Не имея достаточного капитала, чтобы начать розничную торговлю, эта компания начала продавать свои автомобили через систему дилеров, которая до сих пор используется в автомобильной индустрии. Среди первых франчайзи "Дженерал Моторс" были владельцы велосипедных магазинов, которые занимались также продажей автомобилей.

Первый серьезный прорыв во франчайзинге произошел в 50-х годах, когда имели большой успех франшизы известных ресторанов быстрого питания. В 1955 году возникла классическая франшиза - "Макдоналдс".

Бурное развитие франчайзинга началось в США в 60-е годы. Открылось огромное количество мини-отелей, небольших магазинчиков, прачечных, химчисток, пунктов автосервиса, ресторанов и кафе быстрого обслуживания, пунктов обслуживания бизнеса (копировальные и фотоработы, печать, быстрая доставка корреспонденции и др.), салонов красоты, ремонтных мастерских, оздоровительных и развлекательных клубов, туристических агентств и прочих предприятий малого бизнеса, работающих на основе

франчайзинга. В 1970 году объем продаж предприятий, работающих на основе франчайзинга, составил более 100 млрд. долларов, что превысило 25% общего объема различных продаж в США. В 1975 году объем франчайзинга удвоился, а в 1990 году объем продаж достиг 716 млрд. долларов, что более чем в два раза превышает показатель 1980 года. Восьмидесятые годы характеризуются как период значительных сокращений персонала среднего звена в крупных корпорациях США. При этом менеджеры среднего уровня стали идеальными кандидатами для трансформации в франчайзи [1, 3].

Сегодня франчайзинг является самым быстрорастущим методом организации бизнеса в рыночной системе. Статистические данные по развитию бизнеса в развитых странах показывают, что за пятилетний период более 85% малых предприятий по тем или иным причинам заканчивают свое существование. За тот же период менее 12% предприятий, работающих в системе франчайзинга, были закрыты. Таким образом, из 8-9 вновь созданных франшизных предприятий только 1 прекращает свое существование. По данным Международной ассоциации франчайзинга (IFA) каждые восемь минут рабочего дня в США создается новая франшизная точка. Вот несколько цифр, характеризующих уровень развития франчайзинга в США. Имеется более 2000 франшизных систем в более 75 видах деятельности. Количество франшизных предприятий достигает 767 000. На одного франчайзера приходится в среднем 380 франшизных точек. Около 80% франшизных систем требует объем инвестиций от 50 до 250 тыс. долларов США

Анализ эволюции франчайзинга показывает, что он прошел две стадии [2]:

1) этап традиционного франчайзинга, характеризующегося использованием франчайзи только торговой марки франчайзера для перепродажи товаров, купленных им у франчайзера;

2) этап современного франчайзинга, на котором он становится широко используемой организационной формой трансфера технологий.

В украинском праве специальные правила о договоре франчайзинга, именуемые договором коммерческой концессии, появились с принятием Гражданского кодекса [3].

По договору коммерческой концессии одна сторона (правообладатель) обязуется предоставить другой стороне (пользователю) за плату (роялти) право пользования в соответствии с ее требованиями комплексом принадлежащих этой стороне прав с целью изготовления и (или) продажи определенного вида товара и (или) предоставления услуг.

Суть отношений, возникающих в результате договора коммерческой концессии, заключается в том, что одна сторона передает другой стороне за плату на определенный срок или бессрочно права на использование торговой марки, фирменного наименования, оказывает ей консультационную или техническую помощь в производстве и реализации продукции, выполнении работ и оказании услуг.

Такая схема дает крупным компаниям возможность расширять рынки сбыта, а маленьким и средним - эффективно осуществлять предпринимательскую деятельность, используя при этом средства индивидуализации, ноу-хау, репутацию и деловой опыт первых.

По распределению прав и обязанностей в обязательстве договор является двусторонним - права и обязанности имеют обе стороны.

По способу заключения договор коммерческой концессии является консенсуальным - он считается заключенным с момента достижения сторонами согласия по всем существенным условиям.

Сторонами в договоре выступают субъекты предпринимательской деятельности.

Договор коммерческой концессии является самостоятельным видом гражданско-правового договора (а не разновидностью лицензионного договора).

По юридической цели договор коммерческой концессии направлен на передачу права пользования комплексом прав, принадлежащих правообладателю.

В комплекс прав входит:

- 1) право на использование объектов права интеллектуальной собственности;
- 2) право на использование коммерческого опыта и деловой репутации.

По принципу коммерческой концессии (или подобным) работают такие известные компании, как Coca-Cola, McDonald's, Kodak, Industrial Solutions and Technologies и др.

Первыми франчайзи в Украине стали девять сотрудников харьковского НИИ металлов. Еще в 1993 г. они вывели на наш рынок швейцарскую торговую марку Kompass. Под этим брендом в Европе продавались базы данных предприятий [4].

Следует отметить, что наиболее интенсивно украинский франчайзинг начал развиваться только с 2004 года. С началом экономического кризиса общее количество бизнесов в Украине, которые развиваются по типу «франчайзинг» сократилась за период 2008-2011 годов на 40-50%, но это сокращение как раз качественно повлияло на сам рынок. Основное сокращение произошло за счет тех франшиз, которые с точки зрения Федерации развития франчайзинга в Украине, как раз и вредили самой сущности франчайзинга, так как не соответствовали ни одной норме этого вида отношений.

Самым динамичным с точки зрения инвестиций является рынок гостиничного бизнеса. Этому значительно способствовало проведение Евро 2012 в Украине и желание владельцев недвижимости быстрее заполнить свои гостиницы за счет входа в всемирно известные сети отелей. Данное событие поспособствовало знакомству с Украиной многих иностранцев, которые в ближайшее время непременно захотят не только вернуться в Украину снова, но и организовать здесь бизнес. Федерация развития франчайзинга прогнозирует в ближайшее время приход международных операторов рынка недвижимости и наиболее известных брендов ресторанного бизнеса. Уже сейчас рынок ресторанного бизнеса занимают наибольшую долю - около 55% всех брендов развивающихся франчайзинг в Украине. Рынок розничной торговли - около 35% и 10 процентов занимают другие виды деятельности [5].

По данным экспертов Федерации развития франчайзинга (FDF), сейчас наблюдается высокая перспективность отраслевого развития бизнеса, представители которого предполагают работать на условиях франчайзинга. К таким отраслям следует отнести сельское хозяйство, автомобильную промышленность, легкую промышленность, здравоохранение, химическую промышленность, строительство, связь, торговлю, различные виды услуг. Ведь в этих отраслях, на сегодня, очень низкий уровень конкуренции, хотя они являются прибыльными и находятся на стадии становления в Украине [5].

Таким образом, порядка 11 отраслей экономики Украины имеют достаточно хорошие перспективы для инновационного развития с привлечения иностранных франшиз. Конечно, создание собственных франшиз тоже является достаточно эффективным для развития уже существующих бизнесов в указанных отраслях экономики.

Федерация развития франчайзинга Украины приводит данные, которые свидетельствуют, что на сегодняшний день существует около 400 компаний-франчайзи. При этом оборот этих компаний составляет примерно в \$1,5 млрд., т.е. около 3% товарооборота страны. Наибольшее число франчайзинговых проектов сосредоточено в центре Украины, в частности, в Киеве. Уже существуют компании, развивающие целые портфели франшиз. Но, по-прежнему, наиболее развит франчайзинг в сфере общественного питания и товарный франчайзинг. Тогда как производственный франчайзинг развивается лишь в немногих отраслях [6].

В качестве инвесторов франчайзинговых проектов в Украине в основном выступают частные предприниматели. Другая группа потенциальных франчайзи - это компании, которые диверсифицируют свои бизнесы. Такие инвесторы готовы докупать

франшизы, надеясь на перспективное вложение своих средств. Среди потенциальных франчайзи можно назвать компании, уходящие из одного бизнеса и переходящие во франчайзинг. Аффинированные чиновники или топ-менеджеры, которые в период кризиса ушли со своих постов с солидными капиталами, создают управляющие компании. Эти компании будут управлять чужими деньгами и, в частности, деньгами людей, которые приобретают франшизы [6].

Франчайзинг в Украине поддерживает Ассоциация франчайзинга (АФ), которая была создана в 2001 году. В ее компетенцию входит популяризация франчайзинга, представление интересов франчайзеров и франчайзи, организация специализированных конференций и семинаров, издание пособий и т.п. Организация не только активно работает внутри страны, но и взаимодействует с иностранными ассоциациями. Она следит за развитием франчайзинга за рубежом, перенимает опыт, внедряет прогрессивные и эффективные франчайзинг-предложения в Украине [7].

Ассоциация франчайзинга считает, что в настоящее время главными проблемами в развитии этого вида бизнеса является:

- 1) слабая законодательная база;
- 2) плохая информированность местных предпринимателей о франчайзинге.

Ассоциация франчайзинга в Украине способна повлиять на ситуацию, в частности, и на формирование законодательства, поскольку состоит в нескольких общественных и политических организациях:

- 1) в Совете предпринимателей Украины;
- 2) в Общественном совете по проблемам законодательства;
- 3) в «Союзе новой формации»;
- 4) в коллегии Госкомитета по вопросам регуляторной политики и предпринимательства.

Статистика показывает, что украинские предприниматели охотнее сотрудничают с иностранными франчайзинговыми компаниями, поскольку это:

- а) известный бренд;
- б) сформировавшийся имидж;
- в) перспективные технологии;
- г) международный опыт.

Однако с выходом новых положений (в апреле 2011 года вступили в силу одновременно несколько положений Налогового Кодекса) эти преимущества значительно уменьшились в связи с ужесточением налогообложения роялти. Эффективность и рентабельность франшиз в Украине оказались под вопросом. На практике роялти в среднем составляет 10%. Согласно новым положениям НГ, налогом не облагается (разрешено включать в валовые расходы) только роялти в пользу нерезидента, не превышающая 4%. Причем, от этого страдает не только франчайзи, но и потребитель, который платит за товары и услуги больше.

Выводы

1. Франчайзинг, являясь организационной формой ведения бизнеса, способствует инновационному развитию украинских предприятий, поскольку помимо торговой марки франчайзи приобретает за определенное вознаграждение, новые технологии, знания, опыт, имидж франчайзера.
2. Франчайзинг как система имеет ряд преимуществ, которые позволяют более эффективно организовать бизнес с меньшими затратами, что повышает конкурентоспособность отечественной экономики.
3. Для эффективного развития франчайзинга как формы трансфера технологий необходимо: с одной стороны, на государственном уровне совершенствовать норматив-

но-правовую базу; с другой – создавать местные школы бизнеса, в которых предприниматели будут получать необходимые для хозяйствования знания, в том числе, о преимуществах ведения бизнеса по франшизе.

Список использованных источников:

1. Дельта Ж. Франчайзинг. La franchise commerciale / Ж. Дельта - С.-Пб.: Нева, 2003. - 128 с.
2. Мюррей Я. Франчайзинг. Типы франшизы, где достать финансы, как добиться успеха. /Я.Мюррей - С.-Пб.: Питер, 2004. - 144 с.
3. Ляшенко В.И. Развитие франчайзингового режима в Украине / В.И.Ляшенко // Вестник экономической мысли Украины. - 2007. - № 1. - С. 79-85.
4. Первые франшизы в Украине - Kupi frashizu.ru. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.kupi-franshizu.ru/.../975-franshizy-na-ukraine_franchajzing-...
5. Первые шаги в Украине - "Franch-time". [Электронный ресурс]. Режим доступа: franch-time.ru/novosti-biznesa/pages/id_63.
6. Франчайзинг в СНГ - Новости франчайзинга. [Электронный ресурс]. Режим доступа: triarh-franchising.com > Франчайзеру.
7. Ассоциация франчайзинга Украины. [Электронный ресурс]. Режим доступа: ru.rusfranch.ru/partners/detail.php?ID=204.

Bibliography:

1. Delta G. Franchise. La franchise commerciale / Zh. Delta - St.-Petersburg: Neva Publishing House, 2003. - 128 p.
2. Murray J. Franchising. Types of franchises, where to get finances, how to achieve success. / Ya.Myurey - C - Pb.: Peter Publishing, 2004. - 144 p.
3. Lyashenko VI The development of the franchise mode in Ukraine / V.I.Lyashenko // Bulletin of economic thought in Ukraine. - 2007. - № 1. - S. 79-85.
4. The first franchise in Ukraine - Kupi frashizu.ru. [Electronic resource]. Access: www.kupi-franshizu.ru/.../975-franshizy-na-ukraine_franchajzing-...
5. First Steps in Ukraine - "Franch-time". [Electronic resource]. Mode of access: franch-time.ru/novosti-biznesa/pages/id_63.
6. Franchising in the CIS - News franchising. [Electronic resource]. Mode of access: triarh-franchising.com> Franchisor.
7. Assotsiatsiya franchise Ukraine. [Electronic resource]. Mode of access: ru.rusfranch.ru/partners/detail.php?ID=204.

Рецензент: Т.Г. Логутова
д-р экон. наук, проф. ГВУЗ «ПГТУ»

Статья поступила 30.04.2013