

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК МЕТОД ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ

Мирослава
Козачук,
аспірант
ДВНЗ «КНЕУ
імені Вадима
Гетьмана»

ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ

Розвиток підприємництва в Україні ставить перед власниками компаній різні завдання, а також стимулює їх до впровадження передових методів залучення інвестицій. Одним з таких методів є франчайзинг.

У даній статті проведено комплексний аналіз нового методу інвестування коштів - франчайзингу, визначення поняття франчайзингу, видів франчайзингу, ефективності його використання для обох сторін франчайзингових відносин.

Франчайзинг в даний час є одним з актуальних методів залучення інвестицій в Україну. Кого тільки не відвідувала думка почати свою справу, але як зробити так щоб вона могла принести прибуток? Думка про те, що ти сам собі господар, спонукала багатьох відкрити власний бізнес, але цьому перешкоджає великий букет ризиків. Шляхом зменшення негативного впливу факторів ризику є участь у спільному підприємстві, яке вже продемонструвало успіх на ринку і завоювало певну репутацію. Або об'єднання з фірмою, яка створила продукт або послуги, затребувані на ринку, і яка створила надійну систему фінансового контролю й виробництва цього товару або надання послуги.

У своїй статті автор хоче звернути увагу на цікавий, водночас стабільний метод залучення інвестицій - франчайзинг.

Метою даного дослідження є розгляд нового методу інвестування коштів - франчайзингу, визначення поняття франчайзингу, його правової природи, ефективності його використання для обох сторін.

Франчайзинг дає можливість знизити ризики нового підприємства і зменшити початкові інвестиції.

На нашому ринку франчайзинг є відносно новим явищем, у той час як у розвинених країнах він сторіччями практикувався як засіб забезпечення споживачів суспільства в різних послугах. Привабливість франчайзингу по-

лягає в наявності незаперечних переваг для обох учасників франчайзингових відносин. Для малих підприємств і індивідуальних підприємців він надає в розпорядження стабільний дохідний бізнес, для відомих фірм і компаній - можливість розширити й усталити свої позиції на ринку. Саме цим можна пояснити настільки широке поширення франчайзингу як у Європі, так і в Америці. Для багатьох підприємств франчайзинг став символом успіху в бізнесі, в тому числі і для деяких вітчизняних фірм, які зважилися на розвиток бізнесу за допомогою франчайзингу.

Вагомою складовою майбутнього успіху є точне і повне розуміння підприємцем самої суті франчайзингу, його структури, видів, переваг та можливих ризиків при його використанні. [1]

Франчайзинг - це спосіб організації підприємницької діяльності, згідно якого підприємець може об'єднатися з роботою вже діючої, великої мережі. На договірній основі одна сторона (франчайзер) передає другій (франчайзі) за винагороду на визначений строк право на використання:

- право користування торговою маркою;
- знака обслуговування;
- фірмового (торгового) найменування;
- послуг;
- технологічного процесу та спеціалізованого обладнання;
- ноу-хау та комерційної інформації, що охороняється законом;

- інших, передбачених договором, об'єктів права інтелектуальної власності. [2]

У франчайзингу беруть участь дві сторони: той, хто надає це право (франшизу), і той, хто набуває це право. Перша називається франчайзер. Традиційно ця компанія має багаторічний досвід у виробництві певного продукту або послуги, розвинула ефективну систему, присвоїла їй своє ім'я або товарний знак і володіє знаннями про те, що може принести вигоди, а що ні. Друга, франчайзі - це підприємець або компанія, яка купує франшизу для ведення бізнесу під ім'ям або торговою маркою, відомою серед споживачів. [2]

За певну плату типовий франчайзі отримує кваліфіковану допомогу, яка в іншому випадку була б надто дорогою для його окремого підприємства, за наступними напрямками:

- Стратегія маркетингу з акцентом на локальну рекламу,
- Початкове навчання працівників і підготовка в галузі управління,
- Дизайн точки та закупівля обладнання,
- Уніфікована політика та процедури,
- Централізовані закупівлі за оптимальними цінами,
- Постійне консультування з питань управління,
- Вибір місця і рекомендації з розміщення підприємства,
- Надання оренди, фінансування або товарний кредит.

По суті, франчайзинг процвітає тому, що поєднує стимул до володіння малим підприємством з управлінською майстерністю великого бізнесу. А особиста власність представляє найкращий стимул, коли-небудь створений для спонукання до важкої роботи.

Умови взаємин сторін можуть бути різними, і усі вони визначаються договором франчайзингу, який паралельно є «керівництвом до дії» франчайзі. Ця схема є вигідною для обох сторін.

Так, для франчайзі вона відкриває нові кордони, дає можливість почати нову справу, успішно випробувану досі франчайзером. Франчайзі отримує право використовувати «розкручений» товарний знак, можливість

отримати всі вигоди від широкої рекламної діяльності франчайзера, технології ведення бізнесу, а також доступ до кредитних ресурсів, оскільки франчайзер може виступити гарантом по кредитах.

При цьому франчайзер також залишається не в образі. Він отримує можливість розширити свій бізнес на нових ринках, наблизитись до споживача, звільняється від необхідності оперативного управління, оскільки основна відповідальність за успіх бізнесу все-таки лягає на плечі франчайзі. Крім того, він зменшує ризик загибелі власного капіталу і навіть отримує додаткові доходи за рахунок виплат франчайзі.

Існують велика різноманітність видів франчайзингу. Вибір виду франчайзингу залежить від:

- Виду господарської діяльності,
- Стабільності франчайзера і його місця на певному ринку товарів і послуг,
- Особливостей місцевого ринку в місті франчайзі.

За своїми зовнішніми ознаками франчайзинг схожий на процес створення представництв. Однак внутрішній механізм взаємовідносин франчайзера і франчайзі дає можливість говорити про суттєві відмінності між двома цими моделями бізнесу.

По-перше, франчайзинг характеризується юридичною незалежністю франчайзі, чого не скажеш про представника.

По-друге, всі взаємовідносини франчайзі і франчайзера регулюються угодою між сторонами, що передбачає наявність свободи волевиявлення.

По-третє, основною відмінністю франчайзингу від представництва є джерело фінансування. Якщо при створенні представництва інвестиції фінансуються з боку головної компанії, то у франчайзингових відносинах тягар витрат лягає на плечі франчайзі в обмін на блага, що надаються франчайзером - відомий товарний знак, технології, навчання персоналу, реклама та ін.

Як явище, франчайзинг відкриває унікальні, практично необмежені можливості для енергійних, відданих

справі і заповзятливих людей. Але, як кожна нова справа, для починаючих підприємців франчайзинг може виявитися джерелом несподіваних сюрпризів.

Слід розглянути основні вигоди від застосування франчайзингу в стратегічних цілях підприємств та інвесторів:

1. Конкурентоспроможність - відмітна якість всіх франчайзингових підприємств, так як вони є кращими представниками в будь-якому сегменті бізнесу.

2. Інвестиційна привабливість:

- Мінімізація ризиків (при покупці зрілих франшиз),

- Прозорість (обов'язковий принцип франчайзингу),

- Високий рівень рентабельності (ефективність інвестицій),

- «Довгограючий» бізнес,

- Збільшення вартості торгової марки, бренду (у процесі успішної експлуатації),

- Висока ліквідність у разі продажу мережі, переуступки франчайзингової точки,

- Привабливість при диверсифікації бізнесу, фінансового портфеля,

- Майстер франчайзинг (купівля франшизи, що дозволяє будувати мережу перспективного бізнес-напряму в масштабах країни).

3. Широкі можливості використання франчайзингу в різних галузях бізнесу - франчайзинг можливий у всіх видах бізнесу, де немає жорсткої прив'язки до людського фактору. Набагато легше ввести обмеження, де франчайзинг неможливий, ніж перерахувати галузі та види бізнесу, де він можливий.

4. Перспективи застосування франчайзингу у великих виробничих підприємствах:

- Локальне та глобальне охоплення територій (зменшення фінансових і тимчасових витрат на побудову власної роздрібною мережі, збільшення ринкової частки підприємства, зростання продажів і інтенсивне просування торгових марок)

- Контрольований збут (забезпечується договором, регулювання цінової політики, виняток у збуті ланцюжка посередників),

- Будь-які маркетингові дослідження,

- Створення програм і клубів лояльності (нарощування та збереження клієнтської бази),

- Отримання доходів від отримання початкового платежу, роялті, рекламного внеску,

- Розробка фінансових схем, спрямованих на мінімізацію різних витрат підприємства.

Франчайзингова мережа може забезпечити всі елементи стратегії успішного просування бізнесу в цілому під уже затребуваним брендом:

1) професійно підготовлені промоматеріали,

2) добре брендovanі точки, товару і всього, що супроводжує бізнес;

3) сталість в маркетинговій стратегії,

4) відмінне обслуговування споживачів,

5) надійна і якісна друкована продукція та інформаційний web-сайт,

6) унікальність бізнесу. [3]

Можна назвати ще багато плюсів, таких як: скорочення оптових витрат, навчання персоналу в єдиних стандартах роботи, популярність, яка дає певні гарантії як якості, так і впізнавання на ринку, фінансова підтримка на початкових етапах роботи, хороші умови фінансування, єдина схема керівництва, яка полегшує роботу керівників фірми.

Популярність франчайзингу пояснюється його ефективністю і високою стійкістю бізнесу заново створених підприємств. Згідно з даними Асоціації франчайзингу України після 5 років діяльності на ринку виживає 23 % приватних підприємців, після 10 їх залишається 18 %, у той час, як з підприємств, що працюють по системі франчайзингу, через 5 років розпадається тільки 8 %, а через 10 років – 10 %. Досвід показує, що річний валовий дохід більш ніж 18 тис. франчайзингових підприємств перевищив \$1 трильйон, і сьогодні українські франчайзингові компанії розвиваються найактивніше у світі. [4]

Вищесказане нашоюхує на певні висновки: є реальні вигоди у використанні франчайзингу для всіх його учасників. А творчий підхід у його адап-

тації до наших умов відкриває безпечні перспективи цього бізнес-напряму.

Отже, у даній статті автор зазначає ефективне та раціональне використання франчайзингу, як методу залучення інвестицій, а також показує вагомі переваги даного методу для обох сторін: інвесторів та власників бізнесу.

ЛІТЕРАТУРА:

1. John Hamilton Pratt. Franchising: Law and Practice. - London: Sweet & Maxwell, 1999.- A24006.

2. Методическое пособие для будущих участников франчайзинговых сетей: издание четвертое, исправленное. Кривонос А.А. Кривонос Е.А. – Киев: Ассоциация франчайзинга, Издательский центр, 2010. – 87 с.

3. Франчайзинг от простого к сложному. - Киев: Ассоциация франчайзинга, Издательский центр, 2010. – 71 с.

4. Джерело: Газета спецвипуск к выставке «Франчайзинг 2011» «Мир Франчайзинга» //Информационное ревью Ассоциации франчайзинга Украины - 2011. - № 49. - 8 с

5. Сайт Ассоциції франчайзингу України www.franchising.org.ua/