

Ольга КИРИЛЕНКО, Оксана КВАСНИЦЯ

ФРАНЧАЙЗИНГ І РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Розглянуто проблеми розвитку франчайзингу в Україні. Відзначено основні переваги та недоліки цього виду діяльності. Систематизовано основні чинники, що перешкоджають розвитку франчайзингових відносин в нашій державі, запропоновано шляхи вирішення наявних проблем.

Як відомо, суть франчайзингу полягає в можливості суб'єкта господарювання виступати маркетинговим представником в окремому або в кількох регіонах будь-якої відомої в усьому світі чи окремій країні, компанії. Таке представництво виражається в отриманні на певних умовах і з певними привілеями прав на торгівлю продукцією відомої компанії або на надання послуг під патронатом відомої фірми [2, 39]. Можливість цього маркетингового представництва продукції (робіт, послуг) надається за певну плату, а всі аспекти бізнесу обумовлюються в договорі франчайзингу, укладеного його учасниками (рис. 1).

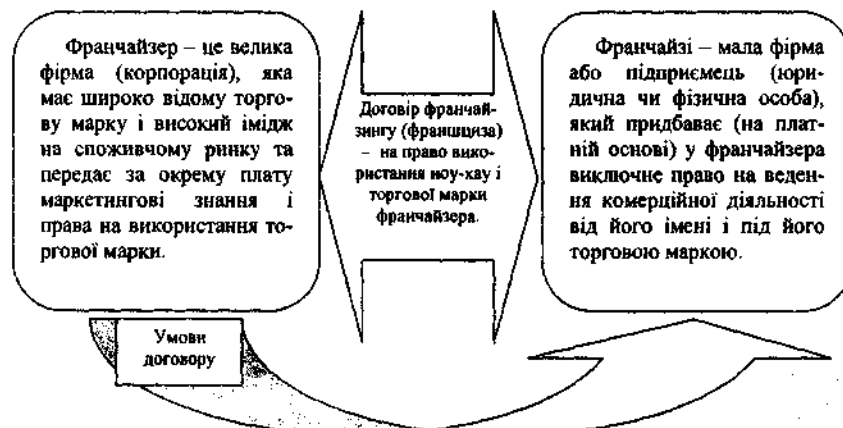


Рис. 1. Учасники договору франчайзингу.

Договір франчайзингу укладається в письмовій формі і його головна особливість полягає в тому, що відбувається передача виключних прав на використання об'єкта інтелектуальної власності, а предметом договору є відчуження майнових прав. Велика компанія на взаємовигідних умовах і з метою розширення ринку збуту видає суб'єкту господарювання ліцензію на виробництво продукції, торгівлю товарами, надання послуг під торговою маркою вищезгаданої компанії.

Відповідно до отриманої ліцензії суб'єктові господарювання надається можливість за певну плату, яка має ознаки "роялті", використовувати ім'я компанії, її ло-

готити, одержувати оригінальне обладнання за зниженими цінами, рекламну продукцію, консультації спеціалістів компанії в різних сферах їхнього сектора ринку. Використання торгової марки можливе тільки при виконанні всіх вимог франчайзера з ведення та організації бізнесу. Франчайзинг як спосіб ведення бізнесу має багато позитивних рис, хоч є і негативні; всі вони представлені в таблиці 1.

Окрім переваг і недоліків в системі франчайзингу, що за своєю сутністю є внутрішніми чинниками його функціонування, слід відзначити і зовнішні фактори, які мають свою специфіку в нашій країні. Їх можна систематизувати наступним чином:

1. Економічні чинники.

Для впровадження франчайзингу необхідні відповідні економічні передумови, що в Україні сформовано лише частково, оскільки:

- франчайзингові схеми вимагають стабільності, прогнозованості і передбачуваності економічного розвитку країни загалом, які поки що не досягнуті;
- доступності підприємців – потенційних франчайзі відсутні необхідні стартові капітали для входження у франчайзингову систему;
- складність, а іноді і неможливість отримання кредитів для створення стартового капіталу через небажання кредитних установ фінансувати початковий бізнес, а відсутність законодавства з франчайзингу робить неможливим виступати франчайзеру гарантом прибутковості створюваного підприємства.

Необхідно зазначити, що сучасний розвиток малого бізнесу вимагає вирішення проблем, які знижують економічну ефективність підприємництва: необхідність розширення реалізації продукції на загальнодержавному і регіональному ринках, складність взаємодії підприємств малого і великого бізнесу та багато інших.

Нестабільність економіки країни призводить до різких коливань попиту на всі види товарів, регулярних розділів власності, що не може не зачіпати франчайзі. Враховуючи, що багато хто з них вимушений через недостатність власних коштів відкривати свої підприємства в орендованих приміщеннях, зміна власника негативно впливає на роботу як франчайзі, так і франчайзингової системи загалом.

З метою створення сприятливих умов для становлення цього виду діяльності в Україні для учасників франчайзингових систем, на нашу думку, доцільно ввести пільговий режим оподаткування. Це обумовлено такими причинами:

- практичною відсутністю в Україні широко відомих торгових марок і брендів, які привертають потенційного споживача. Формування подібних брендів вимагає великих затрат, що знижує ефективність франчайзингових систем;
- збільшеними витратами франчайзі, зокрема роялті, а також відрахування до централізованого рекламного фонду;
- обов'язковість відповідності зовнішніх форм і принципів роботи (уніформа, інтер'єри і т. д.), що вимагає додаткових затрат.

Витрати такого змісту, зокрема в період "розкручування" вітчизняних торгових марок, не дозволяють франчайзингу конкурувати з традиційними системами виробництва і збуту товарів. Через кілька років роботи за франчайзинговими схемами якісні та відомі українські товари, ймовірно, безболісно зможуть відшкодувати ці витрати.

2. Нормативно-правові чинники.

У вітчизняному законодавстві практично не застосовується поняття "франчайзинг". Комерційна концесія, якій присвячений розділ 76 Цивільного кодексу України і розділ 36 Господарського кодексу України, як вид діяльності далеко не еквівалентний франчайзингу. Відсутність правової бази практично унеможливує функціонування франчайзингу і передусім значно ускладнює кредитування франчайзі, при якому франчайзер виступає гарантом франчайзі і повинен показати банку прибутковість проекту [2, 42].

Таблиця 1

Переваги і недоліки франчайзингу		
	Для франчайзера	Для франчайзі
Переваги	• значне розширення ринку збуту товарів і послуг, збільшення ступеня контролю на ринку; • можливість збуту товарів і послуг на віддалених територіях і проведення територіального розподілу ринку з метою обмеження конкуренції між франчайзі без порушення антимонопольного законодавства; • регулювання і контроль якості ведення бізнесу; • проведення єдиної цінової політики без ризику порушення антимонопольного законодавства; • можливість розширення досвіду ведення бізнесу на основі використання інформації від франчайзі; • отримання додаткового доходу при низьких ризиках втрати власного капіталу, оскільки франчайзі має свої джерела фінансування; • економія адміністративно-господарських і управлінських витрат; • зацікавленість франчайзі як самостійної юридичної особи в успіху і процвітанні, що певним чином гарантує франчайзеру стабільність отримання додаткового доходу.	• можливість бути самостійною юридичною особою і не втрачати незалежності при ухваленні рішень; • вступ до готового бізнесу під товарним знаком, який добре себе зарекомендував, що значною мірою гарантує успіх і знижує ризик банкрутства; • вивчення досвіду і використання знань франчайзера, можливість постійної підтримки і захисту з його сторони; • можливість гарантованого отримання товарів і інших необхідних елементів для безперебійної роботи; • можливість професійного ведення переговорів з великими фірмами і фінансовими структурами при підтримці франчайзера; • полегшення доступу до кредитних ресурсів, оскільки франчайзер може виступати гарантом по кредитах; • збільшення кола постійних споживачів франчайзі завдяки популярності франчайзера, маркетинговим дослідженням і рекламним компаніям, що проводяться.
Недоліки	• необхідність клопіткої продуманої роботи з франчайзі, від яких фактично залежить успіх бізнесу загалом; • неможливість швидко завершити відносини з франчайзі, який не дотримується правил; • вплив франчайзингових підприємств, які погано працюють на репутацію франчайзера; • труднощі збереження комерційної таємниці; • можливий відхід з франчайзингової системи франчайзі, що працюють успішно.	• обмеження економічної свободи й ініціативи; • неможливість швидкого виходу з бізнесу через відносно великий термін договору франчайзингу; • встановлення необхідної співпраці серед всіх франчайзі у системі; • залежність від фінансового стану франчайзера.
Обов'язки	• передача ділової і технічної інформації; • розробка єдиної документації; • контроль якості; • постійна підтримка франчайзі; • підтримка договорів про поставки; • надання захищеної території.	• регулярні виплати роялті; • відповідність виробничим стандартам і програмі франчайзера.

Ми вважаємо, що розвиток і підвищення ефективності франчайзингу в Україні вимагає насамперед внесення змін у чинне законодавство для досягнення наступних цілей:

- формування умов для реальної конкуренції франчайзингових систем з механізмами реалізації товарів, які традиційно склалися;
- забезпечення зручності застосування законодавчих актів для учасників франчайзингової системи;

- створення прозорості франчайзингової системи та її елементів для контролюючих органів.

З метою реалізації поставлених цілей необхідно сформувати певну систему законодавчих актів, до якої повинні входити:

- 1) Господарський кодекс України, який би містив основні положення, що регулюють використання франчайзингу в Україні;
- 2) Закон України "Про франчайзинг";
- 3) закони, які б регулювали права на інтелектуальну власність і відповідальність за її порушення;
- 4) Податковий кодекс України.

Слід розробити і прийняти новий закон "Про франчайзинг", а в наявні сьогодні нормативні акти внести відповідні зміни. Так, у Господарському кодексі України потрібно:

- передбачити поняття і дати визначення франчайзингу;
- сформувати термінологічний апарат, дати тлумачення об'єкт і суб'єкта франчайзингу (франчайзер і франчайзі);
- визначити види франчайзингу й особливості їх використання;
- ввести поняття франшизи (договір франчайзингу).

Всі ці зміни повинні наблизити як законодавство, так і застосовувану термінологію франчайзингу до світової практики, що особливо важливо для створення франчайзингових систем за участю іноземного капіталу.

Запропонований до розробки Закон України "Про франчайзинг" повинен розвивати основні положення Господарського кодексу України і включати:

- понятійний апарат (у т. ч. визначення франчайзингу), який повинен відповідати за свої значенням і змістом аналогічним термінам у світовій практиці;
- детальну регламентацію особливостей діяльності в умовах кожного виду франчайзингу;
- порядок надання товарних знаків, ліцензій, авторських прав, патентів, ноу-хау;
- вимоги до переліку та змісту документів, які складаються при укладенні договору франчайзингу.

Все це сприятиме забезпеченню підприємців необхідним нормативним матеріалом для роботи на умовах франчайзингу.

3. Соціально-психологічні чинники.

Економічні і правові проблеми франчайзингу, природно, дуже важливі, але розвиток франчайзингу стримують соціально-психологічні проблеми. Перше, з чим стикаються організатори франчайзингових систем в Україні, – це відсутність власне вітчизняного досвіду франчайзингу і побоювання підприємців – потенційних франчайзі провалу у франчайзинговій системі. Посилання на зарубіжний досвід сприймається, як правило, скептично, оскільки, не весь зарубіжний досвід можливий для застосування в Україні, особливо в сучасних умовах. Подолати цю проблему можна тільки шляхом ретельного збору й узагальнення вітчизняного досвіду франчайзингу як у вітчизняних системах, так і за участю іноземного капіталу, причому в успішних і в невдалих.

Достатньо серйозною перешкодою для розвитку франчайзингу в нашій країні стає, на жаль, традиційна зневага до інтелектуальної власності. У нас цінується товар, що має матеріальну форму, а франчайзинг припускає передачу й оплату інтелектуальної власності, такої як торгова марка технологія виробництва організація бізнес-процесів та інших. Потрібно ще багато працювати, поки в Україні почнуть цінити інтелектуальну власність, а без цього франчайзинг буде недостатньо ефективним; при цьому пошана до чужої інтелектуальної власності повинна розповсюджуватися незалежно від захисту її правовими методами.

Ще однією істотною соціально-психологічною проблемою функціонування франчайзингу є побоювання підприємців – потенційних франчайзі “втратити своє обличчя”. Природно, що входження у франчайзингову систему вимагає від франчайзі працювати за тими стандартами, які сформував 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 втрати.

На нашу думку, з метою просування франчайзингових відносин на території України слід утворити Франчайзинговий центр малого підприємництва, до якого повинні увійти регіональні відділення підтримки малого підприємництва і комерційні структури, зацікавлені в розвитку франчайзингу. Основними цілями і предметом діяльності цього центру повинні бути:

- допомога у розвитку франчайзингу для малих і середніх підприємств;
- участь в реалізації франчайзингових проєктів, включаючи міжнародні і міждержавні;
- сприяння розвитку міжнародного франчайзингу;
- організація проведення виставок, конференцій, семінарів, симпозіумів з розвитку франчайзингу;
- сприяння видавничій діяльності, спрямованій на популяризацію франчайзингу;
- надання підприємницьким структурам консалтингових, інформаційних та інших послуг;
- сприяння залученню інвестицій, а також міжнародної допомоги для розвитку франчайзингу;
- розробка пропозицій щодо вдосконалення чинного законодавства у сфері франчайзингу;
- інша діяльність з метою розвитку франчайзингу.

Зрозуміло, що поки не буде прийнятий спеціальний закон, який регулюватиме норми, статус й інші юридичні аспекти розвитку франчайзингу, цей процес йтиме повільніше. Однак одне не викликає жодних сумнівів: поява широкої мережі франчайзингу в Україні – це питання тільки часу, причому найближчого. І чим швидше законодавчі структури держави звернуть увагу на його розвиток, тим краще і простіше розвиватимуться франчайзингові системи в нашій країні.

Література

1. Довгань В. Франчайзинг: путь к расширению бизнеса. – Тольятти: Дока-пресс, 1994. – 228 с.
2. Завгородній В. Франчайзинг // Головбух. – 2005. – № 8. – С. 39–44.
3. Зима Н. Н., Шутилов Ф. В. Франчайзинг как элемент рыночной инфраструктуры // <http://www.bportal.ru/franchise>.
4. Кабакова Е. Особенности финансирования франчайзинга // Финансовая консультация. – 2004. – № 23–24. – С. 4–25.
5. Кредісов В. Вплив українського малого та середнього підприємництва на прискорення інтеграції України до Євроатлантичних структур // Економічний часопис – 2003. – № 11–12. – С. 38–40.
6. Рыкова И. Мировой опыт франчайзинга // Маркетолог. – 2004. – № 4. – С. 5–10.
7. Фірман А. Перспективи розвитку франчайзингових систем в Україні // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету ім. В. Гнатюка. – 2005. – № 18. – С. 173–175.