

<p>Левченко Ю.Г. доцент кафедри прикладної економіки Національного університету харчових технологій.</p> <p>Проблеми та перспективи розвитку франчайзингу як нової форми організації бізнесу в Україні</p> <p>Анотація. Стаття присвячена проблемам і перспективам розвитку франчайзингу в Україні. Висвітлено основні тенденції розвитку ринку франчайзингу в Україні в 2010-2012 роках. Зазначені основні рушійні сили зростання даного напрямку економічної діяльності для України в 2010-2012 роках. Проаналізовано основні проблеми франчайзингової діяльності в Україні та окреслено перспективні можливості їх вирішення.</p> <p>Ключові слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзі, законодавство.</p>	<p>Левченко Ю.Г. – доцент кафедры прикладной экономики Национального университета пищевых технологий.</p> <p>Проблемы и перспективы развития франчайзинга как новой формы организации бизнеса в Украине</p> <p>Аннотация. Статья посвящена проблемам и перспективам развития франчайзинга в Украине. Освещены основные тенденции развития рынка франчайзинга в Украине в 2010-2012 годах. Указанные основные движущие силы роста данного направления экономической деятельности для Украины в 2010-2012 годах. Проанализированы основные проблемы франчайзинговой деятельности в Украине и намечены перспективные возможности их решения.</p> <p>Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзи, законодательство.</p>	<p>Levchenko J Associate Professor of Applied Economics at the National University of Food Technologies.</p> <p>Problems and prospects of the development of franchising as a new form of business organization in Ukraine</p> <p>Abstract. The article is devoted to the problems and prospects of the development of franchising in Ukraine. Highlights the key market trends franchising in Ukraine in 2010-2012. These major drivers of growth in this area of economic activity in Ukraine in 2010-2012. Analyzes the main problems of franchising in Ukraine and outlined promising opportunities to address them.</p> <p>Keywords: franchising, franchise, the franchisor, franchisee, legislation.</p>
---	--	--

Проблемы и перспективы развития франчайзинга как новой формы организации бизнеса в Украине

Левченко Ю.Г. – доцент кафедры прикладной экономики Национального университета пищевых технологий.

***Аннотация.** Статья посвящена проблемам и перспективам развития франчайзинга в Украине. Освещены основные тенденции развития рынка франчайзинга в Украине в 2010-2012 годах. Указанные основные движущие силы роста данного направления экономической деятельности для Украины в 2010-2012 годах. Проанализированы основные проблемы франчайзинговой деятельности в Украине и намечены перспективные возможности их решения.*

Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзи, законодательство.

В современных условиях усиления конкуренции на внутренних рынках и ограниченности финансовых возможностей для предприятий вопрос поиска новых форм организации бизнеса и привлечения инвестиций является актуальным, как для уже существующих, так и новых предприятий. В последнее время в Украине все более популярной становится такая форма ведения бизнеса, как франчайзинг, которая, несмотря на широкое использование в мировой практике, для экономики Украины остается сравнительно новым явлением.

Большое количество ученых, юристов, экономистов занимается исследованием теории и практики франчайзинга. Среди них такие украинские ученые – Бут Т.П., Кузьмин А.Е., Ляшенко В.И., Мирончук Т.В., Шкромада В.В., Цират А.В., и зарубежные специалисты – Ануфриева Л.П., Майер Дж.М., свитков М.Р., Лопушанский Т.В., Килимник И.В. и другие. Однако, несмотря на достаточное количество публикаций по вопросам франчайзинга, они в большинстве, носят поисковый характер, их авторы предлагают различные подходы и пути решения имеющихся дискуссионных вопросов и проблем.

Признанными лидерами франчайзинга и экспортерами франшизного бизнеса в мире являются США, Канада, Корея, Япония, Австралия, лидеры Европы – Германия, Франция, Великобритания [3]. На сегодняшний день в мире насчитывается более 16 500 франчайзеров и более 165 500 франчайзи. Наибольшее количество компаний-франчайзеров в 2012 году относятся США (около 1500), а также Южной Кореи (1300), Канаде (1200), Японии (1100), Бразилии (1000). В Европе по количеству франчайзеров лидирует Германия (950), Франция (720), Великобритания (670). Наиболее активно

развивается азиатская сеть предприятий-франчайзи: в Японии (200000), Южной Корее и Филиппинах (100000).

Когда в мире франчайзинг уже давно является неотъемлемым атрибутом экономики, то в Украине он только начинает находить своих сторонников. Активно развивается внутренний франчайзинг, который представляет собой достаточно специфический сплав зарубежных франчайзинговых технологий и отечественных подходов к ведению бизнеса. Большинство зарубежных компаний пока предпочитают обеспечению присутствия на украинском рынке собственными силами, вкладывая значительные средства в новое строительство и приобретая функционирующие объекты или арендуя соответствующие помещения. Однако в последние годы международные компании начинают проявлять значительный интерес к сотрудничеству с украинскими партнерами на основе франчайзинга, при котором большая часть капитальных затрат осуществляется местной стороной. Отечественные бизнесмены, со своей стороны, также начинают осознавать все преимущества использования известной торговой марки и отработанной технологии ведения бизнеса международных компаний.

Франчайзинг признан в мире, как наиболее прогрессивная форма ведения бизнеса. В Украине первый франчайзинговый договор был подписан в 1994 году и в дальнейшем наблюдается его развитие черт. 1. По разным оценкам, насчитывается от 80 до 120 франчайзинговых сетей (табл. 1). Наиболее распространенный он в таких сферах, как торговля – 57,6%, общественное питание – 19,2%, сфера услуг – 18,4%, производство – 2,5%, информация – 2%.

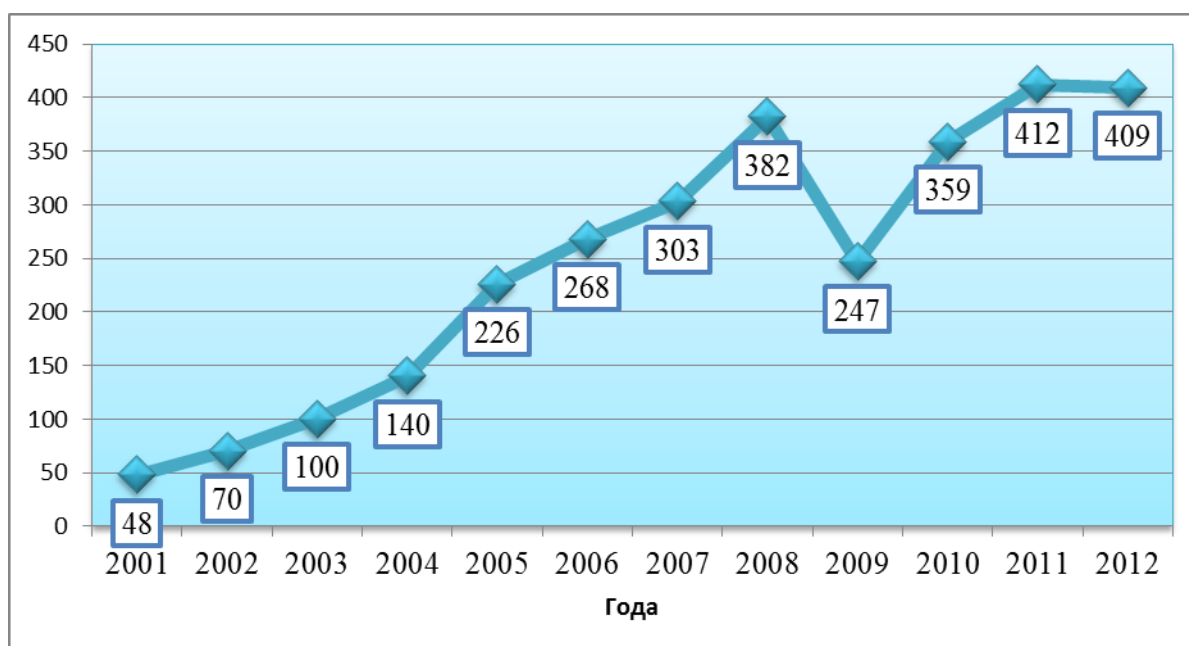


Рис. 1. Динамика роста количества франчайзеров в Украине.

Наибольшее количество франчайзеров наблюдалось в 2011 году – 412. Также в 2008 году количество исследуемых компаний равнялась 382 единицы. Стоит отметить, что количество франчайзеров в Украине в течение 2001-2012 гг в целом росла, что объясняется заинтересованностью иностранных предприятий к рынку Украины. Также данный рост можно объяснить заинтересованностью иностранных компаний к франчайзингу как формы распространения своих товаров во всех регионах страны без использования значительных финансовых ресурсов. Спад количества франчайзеров в 2008-2009 годах можно объяснить кризисным состоянием экономики Украины и закрытием многих компаний, в том числе и франчайзинговых.

Статистическая информация о деятельности франчайзинговых предприятий приводится Ассоциацией франчайзинга в Украине (АФУ). По состоянию на 25.07.2012 в Украине функционировало 409 франчайзеров (рис. 1), а вообще по данным данного учреждения в Украине количество франчайзеров 862, из них членов АФУ – 124; виртуальных – 453 (те, что не имеют франчайзи в Украине или которые не сообщают об их наличии) [4].

Распределение франчайзинговых сетей по видам деятельности приведен в таблице 1.

Таблица 1

Франчайзинговые сети в Украине

Сегмент	Количество отраслей		Количество брендов		Количество франчайзеров		Количество точек		Количество франч. точек	
	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012	2011	2012
Торговля	34	34	1025	1036	179	192	22555	29424	6803	13580
Услуги потребителям	22	22	316	321	74	97	6518	6602	1938	2650
Общепит	14	14	253	260	50	57	2932	3847	1760	2256
Услуги бизнеса	7	7	84	84	21	25	2535	2543	2116	2124
Информация	7	7	47	47	8	11	385	422	128	165
Производство	6	6	34	36	12	14	558	734	389	561
Вендинг	5	5	17	18	11	11	6200	6200	1195	1195
Финансы	4	4	14	15	3	4	638	707	93	108
Всего	99	99	1790	1817	358	411	42321	50479	14422	22639

Источник [4]

Оборот франчайзинга в Украине, по данным экспертов рынка, оценивают примерно в 1,5 млрд долларов, что составляет около 3% товарооборота страны. Если учесть, что в развитых странах во франчайзинге вращается от 40 до 60% общего товарооборота, то мы можем понять, какой есть потенциал. Сейчас наиболее

франчайзинговых проектов сосредоточены в Киеве, поскольку в столице больше денег и больше специалистов. Однако франчайзинг постепенно приходит и в небольшие города, поскольку с развитием его рынка точки уже начали появляться и в городах с 30-тысячным населением.

В отличие от норм международного права в украинском законодательстве отсутствует понятие «франчайзинга»: этот вид договоров, по которым осуществляется коммерциализация объектов интеллектуальной собственности, в Украине получил название «коммерческая концессия», которому посвящена глава 76 Гражданского Кодекса Украины (ст. 1115 –1129) и глава 40 Хозяйственного Кодекса Украины (ст. 406-410).

Существуют разнообразные формы франчайзинга. Выбор франчайзинга зависит от вида хозяйственной деятельности; стабильности франчайзера и его места на рынке товаров и услуг, особенностей рынка местного франчайзи. Выделяют три основные их виды: товарный франчайзинг, производственный и деловой.

Товарный франчайзинг его еще называют франчайзинг продукта, торговый, сбытовой. Его суть заключается в том, что франчайзи имеет право реализовывать продукцию франчайзера и использовать его методику продаж. Это сопровождается тем, что франчайзи обозначает свой магазин брендом франчайзера и зачастую пользуется поддержкой в оформлении торговой сети, выборе ассортимента, обучении персонала, обслуживании клиента, мерчандайзинга и маркетинга.

Производственный франчайзинг – это такой вид сотрудничества между сторонами франчайзингового соглашения, при котором для франчайзи предоставляется право производства и сбыта товаров (выполнения работ, оказания услуг) с применением исходных сырья и материалов, поставленных ему франчайзером. При этом франчайзи осуществляет свою деятельность с использованием торговой марки и других объектов интеллектуальной собственности франчайзера, среди которых особое место принадлежит технологии преобразования исходных материалов в готовую продукцию. Производственный франчайзинг используется, как правило, предприятиями, обладающих тайной производства исходных материалов и заботятся о ее неразглашении.

Деловой франчайзинг, который еще называют «франчайзинг бизнес-формата», при котором франчайзер продает лицензию частным лицам или другим компаниям на право открытия магазинов, киосков или целых групп магазинов для продажи покупателям набора продуктов и услуг под именем франчайзера. Таким образом, это франчайзинг на вид деятельности, т.е. включение малого предприятия в полный производственно-хозяйственный цикл крупной корпорации. Это самый популярный вид франчайзинга, при котором ведущее предприятие продает лицензию частным предприятиям или компаниям

на право открытия собственного предприятия по продаже продуктов и услуг под именем франчайзера (например, прокат и бытовое обслуживание, деловые и профессиональные услуги, магазины, сети закусовых, гостиниц).

В зависимости от сущности хозяйственных отношений, в Украине наиболее распространен производственный франчайзинг, особенно в производстве безалкогольных напитков, поскольку их централизованное производство и доставка до конечного потребителя невыгодные из-за высокого содержания воды в составе напитка. Такие компании, как «Кока-кола», «Пепси», «Севен-ап» и др. обеспечивают своих франчайзи концентратами напитков, из которых последние в дальнейшем, следуя определенной технологии, производят готовый напиток, разливают его, маркируют товарным знаком компании-франчайзера и реализуют через систему местных распространителей. Чаще франчайзер предоставляет своим франчайзи специальные ингредиенты, без которых производство невозможно. После передачи оборудования и технологии производства связь между франчайзером и франчайзи не прекращается, он долговременный характер. Франчайзи обслуживает клиентов, а франчайзер обеспечивает производство ресурсами. Каждый из украинских разливающих и пакетированных заводов является франчайзи от основной компании. Они выполняют все технологические операции с использованием ингредиентов, предоставленных франчайзером. При этом главное, что товар не должен отличаться по своим качествам от аналогичного товара, производит франчайзер [4].

Украинские бизнесмены предпочитают покупать франшизы в западных предприятиях, а не продвигать свою торговую марку за рубежом. Различия менталитета, сложность контроля франчайзи, невысокая конкурентоспособность отечественных изделий, таможенные и транспортные расходы – это причины, которые тормозят продвижение украинских товаров на западные рынки. Размер этого взноса составляет 5-10% от стоимости создания одной розничной сети. После заключения договора франчайзинга франчайзи обязуется периодически выплачивать часть полученной прибыли. Порядок, сроки и размер выплат указываются в каждом договоре отдельно. Как правило, часть прибыли определяется в процентах, однако есть случаи, когда вознаграждение предусматривается в твердых суммах. Это защищает франчайзера от отсутствия прибыли.

Следует, отметить, что франчайзинг имеет достаточно привлекательные показатели эффективности. Например, при работе отечественного предпринимателя, который сотрудничает с крупной иностранной фирмой, на региональном рынке должны быть обеспечены хорошая скорость развития бизнеса, невысокие риски, максимальная доходность при минимальном объеме инвестиций. Франчайзинг также предусматривает

эффективную систему обучения ведению малого бизнеса. Предприниматель при этом получает качественный практический опыт от преподавателей-профессионалов, которые заинтересованы в успехе своих учеников. Таким образом, начинающий предприниматель может достаточно быстро стать профессиональным менеджером, а это является основой успеха в бизнесе.

Анализируя состояние франчайзинговых отношений в Украине, можно сказать, что одной из основных характеристик украинского франчайзинга присутствие иностранного элемента. Это вызывает определенные правовые проблемы: выяснение правосубъектности иностранной стороны; правовое регулирование и защита исключительных прав промышленной собственности, соответствие украинского законодательства международным нормам и соглашениям.

Согласно с этим, обеспечение правовой охраны интеллектуальной собственности путем законодательного урегулирования и упорядочения законодательной базы франчайзинга, согласно международным соглашениям, являются неотъемлемыми условиями внедрения и развития франчайзинга на украинском рынке.

В некоторых странах франчайзинг имеет поддержку со стороны государственных и негосударственных организаций. Например, в Италии каждый новый франчайзи получает от итальянской ассоциации франчайзинга 50000 евро, из которых 50% – грант, 50% – кредит под низкий процент [5]. Это позволило практически за 5-6 лет более чем вдвое, увеличить количество франчайзи. О подобной поддержке украинского бизнеса пока говорить не приходится.

Итак, франчайзинг имеет ряд преимуществ, которые позволяют снизить операционные расходы и повысить эффективность производственной деятельности, что особенно важно для Украины в современных условиях. Франчайзинг как метод ведения бизнеса, предполагает создание однородных предприятий, имеющих единую торговую марку (товарный знак) и придерживаются одинаковых условий, форм, методов продажи, единые требования к качеству и единые цены. Таким образом, за фиксированную плату франчайзи получает квалифицированную помощь, в других условиях является для него слишком дорогой. Кроме того, франчайзер также получает преимущества, главным из которых является освоение новых рынков сбыта без существенных капиталовложений. Также, при таких условиях ведения бизнеса, франчайзер нанимает меньше административного персонала, уменьшает его расходы на заработную плату, в то время как доходность растет ведь франчайзи имеют больший стимул достижения лучших результатов, чем наемный работник.

Однако, несмотря на такое значительное количество преимуществ, рынок франчайзинга имеет ряд проблем, требующих решения. К таким проблемам следует отнести следующие:

1. Несовершенство правового обеспечения реализации механизма франчайзинга в Украине. На сегодня «Закон о франчайзинге» еще не принят. Тот проект закона, который представляла Ассоциация и франчайзеры не выгоден власти. Поэтому пока франчайзинг регулируют Гражданский и Хозяйственный кодексы Украины. Например, в США только на федеральном уровне создано около сотни законов, так или иначе касающиеся франчайзинга, в то время как на Украине отсутствует даже закон о франчайзинге. В Украине в 2010-2013 гг в законодательной базе франчайзинга не произошло никаких изменений, но увеличилось количество судебных исков по ведению бизнеса на условиях франчайзинга. Это заставляет франчайзеров обратить внимание на уже подписанные договоры и обращаться к специалистам за подготовкой новых договоров.

2. Отсутствие подробной информации о франчайзинге как метод ведения бизнеса. Исследования компании «ТРИАРХ» показывает, что, как уже отмечалось выше, в Украине 65-80% компаний-франчайзеров не соответствует международным правилам и требованиям франчайзинга. Например, есть случаи, когда компанию холдингового типа сетуют «франчайзингом», что является совершенно некорректным.

3. Отсутствие практики апробации бизнеса. За рубежом франчайзер не имеет права продавать франшизу, если не было апробации ведения бизнеса с этой франшизой [3]. В Украине же есть практика продажи совершенно новой франшизы без ведения франчайзером коммерческой деятельности по данному направлению бизнеса. Соответственно, такая практика недопустима, ведь продажа описанных процессов ведения бизнеса, не отработаны на своих торговых точках есть в большинстве случаев убыточным.

4. Несовершенная финансово-кредитная политика в стране. Налоговый Кодекс Украины значительно сужает перспективы развития малого бизнеса и заставляет предпринимателей искать обходные пути в осуществлении платежей «роялти» и «паушальный платеж» своим партнерам.

Указанные выше проблемы рынка франчайзинга являются основными, но также существуют другие проблемы, которые мешают широкому использованию франчайзинговых схем в Украине, в отличие от других стран с более развитой экономикой, основными из которых являются:

- значительная стоимость франшизы в сравнении с низкой покупательной способностью покупателей;
- отсутствие квалифицированных кадров;

- сложные условия и барьеры организации и ведения бизнеса.
- проблемы финансово-кредитного характера;
- отсутствие соответствующих консультационных структур.

Однако дальнейшее развитие франчайзинга в Украине, а вместе с ним развитие малого бизнеса и внешней торговли, зависят не только от финансовой поддержки, но и ряда других обстоятельств. К ним можно отнести достаточно жесткий административный и налоговый прессинг, сложные условия для экспорта продукции влечет за собой высокий уровень затрат для экспортеров.

Например, исследованиями Doing Business обнаружено, что оформление одного стандартного контейнера (официальные уплаты правительства) из Киева во Франкфурт (Германия) стоит более чем 1000 долларов (без транспортных расходов). Для сравнения: китайскому предпринимателю оформления аналогичного контейнера с экспортом в Германию составляет всего 335 долларов, то есть треть того, что это стоит украинскому предпринимателю. Китай находится гораздо дальше от Германии, чем Украина, то есть путь экспортного груза гораздо длиннее, но административные расходы в Китае настолько низкие, что конечная цена экспорта оказывается гораздо меньше. Получается, что дешевле поставить китайский товар из Китая в Германию, чем из Украины в Германию [4]. Это обстоятельство тормозит франчайзинговые отношения в Украине.

Подытоживая проблемы франчайзинга в Украине, следует отметить, что франчайзинг имеет и широкие перспективные возможности для развития. И поэтому для решения вышеуказанных проблем необходимо:

1. Включить системы развития франчайзинга в правительственную программу поддержки малого предпринимательства.
2. Обеспечить целевое финансирование начальных франчайзи.
3. Усовершенствовать законодательство о регулировании франчайзинговых отношений. Для реализации любых бизнес-проектов необходимо решить ряд важных юридических вопросов, начиная с создания и регистрации организации, в дальнейшем регулирование ее деятельности, разрешение корпоративных конфликтных ситуаций и заканчивая судебной защитой и возможной ликвидацией организации. Для решения проблем развития договора франчайзинга в Украине необходимо укрепить законодательную базу путем принятия Закона Украины «О франчайзинге», где предусмотреть преддоговорных регулирования отношений между франчайзером и франчайзи, особенности правового регулирования товарного, производственного, делового франчайзинга, уместно предусмотреть существовании регионального франчайзинга и франчайзинга развивающейся экономикой. Не менее важной задачей

является унифицировать, приблизить соответствие украинского законодательства международным нормам и соглашениям.

4. Создать систему налоговых льгот для франчайзи, особенно на начальном этапе развития франчайзинговой системы.

5. Предоставить возможность применения франчайзи упрощенной системы бухгалтерского учета.

6. Сократить перечень и объемов платежей на экспортно-импортные операции.

7. Расширить протекционистские меры для отечественных франчайзи в международной торговле.

8. Создать сеть учебно-консультационных центров по франчайзингу, не только в крупнейших городах, но и по всей стране.

Основные проблемы сдерживания развития франчайзинга в Украине можно классифицировать по причинам их возникновения: экономические проблемы (нестабильность развития экономики, сложность получения кредитов для создания стартового капитала) организационно-правовые (отсутствие должным сложившейся законодательной базы) социально-психологические проблемы (высокий риск ведения деловой активности субъектов франчайзинговой системы, отсутствие должного уважения к интеллектуальной собственности)

Создание благоприятных условий для развития бизнеса в Украине – это глобальная проблема, которая предусматривает разработку пакетов закона, а также пересмотр налоговой и финансово-кредитной политики с целью создания современных прогрессивных организационных форм ведения бизнеса. Чтобы создать благоприятную среду для развития франчайзинговых соглашений необходимо в первую очередь внести изменения в законодательство. Необходимо принять закон о франчайзинге, обеспечить доступность кредитования, а также способствовать повышению предпринимательских структур

Литература:

1. Газета спецвыпуск к выставке «Франчайзинг 2012» Мир франчайзинга // Информационное ревю Ассоциации франчайзинга Украины – 2012. – № 49. – С. 8

2. Режим доступа. <http://franchising.ua/franchise-basics/3>

3. Режим доступа [Электронный ресурс] <http://triarh-franchising.com/>

4. Сайт ассоциации франчайзинга. Режим доступа. [Электронный ресурс]. <http://www.franchising.org.ua/index.php?pageid=63>

5. Статьи [Электронный ресурс] // ТРИАРХ консалтинг // Режим доступа: <http://www.triarh.com/ru/arts570.html>