

*Конопатська І.В., студент; науковий керівник Дудко П.М., к.е.н.*

*Київський національний університет технологій та дизайну*

### **МІЖНАРОДНИЙ ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА**

**Анотація.** На сьогодні актуальним питанням є організація та функціонування франчайзингу. У статті наведено результати аналізу переваг та недоліків сучасного стану та перспективи розвитку франчайзингового ринку в Україні. Визначено проблеми та запропоновано шляхи підвищення ефективності франчайзингових відносин в Україні.

**Ключові слова:** франчайзинг; франшиза; франчайзер; франчайзі.

*Конопатская И.В., студент; научный руководитель Дудко П.Н., к.э.н.*

*Киевский национальный университет технологий и дизайна*

### **МЕЖДУНАРОДНЫЙ ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Аннотация.** Сегодня актуальным вопросом является организация и функционирование франчайзинга. В статье проанализированы преимущества и недостатки, современное состояние и перспективы развития франчайзингового рынка в Украине. Определены проблемы и предложены пути ускорения развития франчайзинговых отношений в Украине.

**Ключевые слова:** франчайзинг; франшиза; франчайзер; франчайзи.

*Konopatska I.; scientific supervisor Dudko P.*

*Kyiv National University of Technologies and Design*

### **INTERNATIONAL FRANCHISING AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF ENTERPRISE ACTIVITY**

**Abstract.** The issues about organization and functioning of franchising are actual ones nowadays. In this article there were analyzed advantages and disadvantages, legal aspects, modern state and prospects of developing franchising market in Ukraine. The posers were identified and the courses of development acceleration of franchising relationship in Ukraine were offered.

**Keywords:** franchising; franchise; franchisor; franchisee.

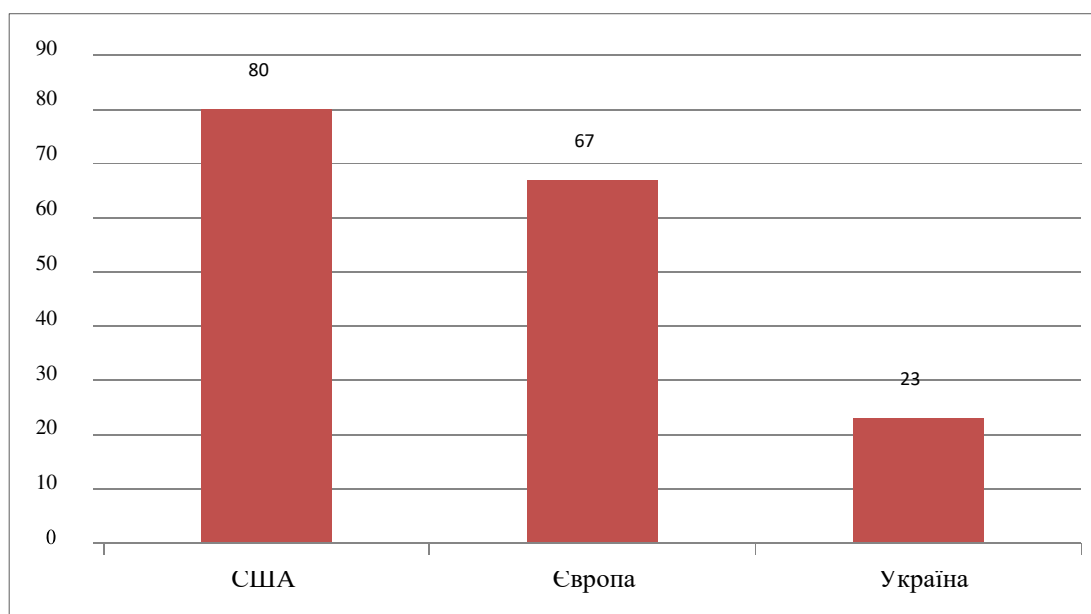
**Постановка проблеми.** Останнім часом в Україні активізувалась тенденція розвитку малого бізнесу. Хоча він має значні перспективи та переваги для розвитку ринкової економіки, але цьому заважають проблеми, які насамперед пов'язані з фінансуванням бізнесу та посиленням конкуренції на внутрішніх ринках за рахунок розширення присутності іноземних виробників. Вирішення цих проблем можливе шляхом використання підприємствами переваг франчайзингових відносин. Для вітчизняної економіки франчайзинг є відносно новим явищем, у той час як у розвинутих країнах він сторіччями практикувався як засіб забезпечення потреб суспільства в різних послугах. На жаль, теоретико-методичне забезпечення цих відносин стикається з великої кількості дискусійних питань правового та економічного регулювання даного виду діяльності.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** За останнє десятиліття франчайзинг став предметом багатьох досліджень та публікацій. Економічні аспекти наукового забезпечення франчайзингу відображено у роботах О. Суковатого [1], О. Корольчука [2], С. Махнуши [3] та інших. В них розкрито суть франчайзингу як прогресивної форми ведення бізнесу, його основні різновиди, структуру, можливі ризики застосування тощо.

**Мета статті.** Основною метою даної статті є винесення для загального обговорення результатів дослідження ключових проблем регулювання франчайзингових відносин в Україні. Об'єктом дослідження виступають процеси організації та функціонування франчайзингу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Загальновідомо і не потребує доказу той факт, що франчайзинг – це такий різновид підприємницької діяльності, за якої одна сторона (франчайзер) передає іншій стороні (франчайзі) певний пакет документів (франшизу) на певний строк, за певну плату на договірній основі. Він є особливою системою відносин між суб'єктами підприємницької діяльності. При належному підході франчайзинг може слугувати каталізатором, прискорювачем розвитку бізнесу, оскільки створює для підприємств, що входять до франчайзингової мережі, сприятливі умови для успішного функціонування та відкриває нові можливості [4].

Згідно з визначенням Міжнародної асоціації франчайзингу, франчайзинг – це система перманентних відносин, що встановлюються між франчайзером і франчайзі, в результаті яких знання, імідж, успіх, методи виробництва і маркетинг передаються франчайзі в обмін на взаємне задоволення інтересів [5, с. 205]. Тобто він надає можливість «копіювання» успішного бізнесу фірми, що володіє великим досвідом і бездоганною репутацією.



Джерело: [5].

**Рис. 1. Частка франчайзерів у бізнес-структурах за географічним критерієм у 2018 р.**

Сучасні масштаби світового поширення франчайзингу є переконливим доказом його ефективності при веденні бізнесу. Так, у США частка суб'єктів підприємництва, що працюють у контексті франчайзингу складає 80%, в країнах Європи – 67%, в Україні – 23% (рис. 1) [5].

До поточного рівня активності франчайзингових відносин Україна крокувала майже 15 років, протягом яких кількість суб'єктів зросла майже у 12 разів (рис. 2).

Серед 565 франчайзерів в Україні – 424 (75%) підприємств розширюються за рахунок відкриття як власних, так і франчайзингових об'єктів, а 141 (25%) компаній мають тільки власні точки [5].

До переваг франчайзингу слід віднести:

- приєднання до бізнесу, що успішно розвивається;
- навчання персоналу і контроль над веденням бізнесу з боку франчайзера;
- поширення успішного досвіду в рамках франчайзингової мережі;
- надання інших вигод з боку франчайзера;
- часткове фінансування з боку франчайзера;
- переваги, пов'язані з високою купівельною спроможністю франчайзера.

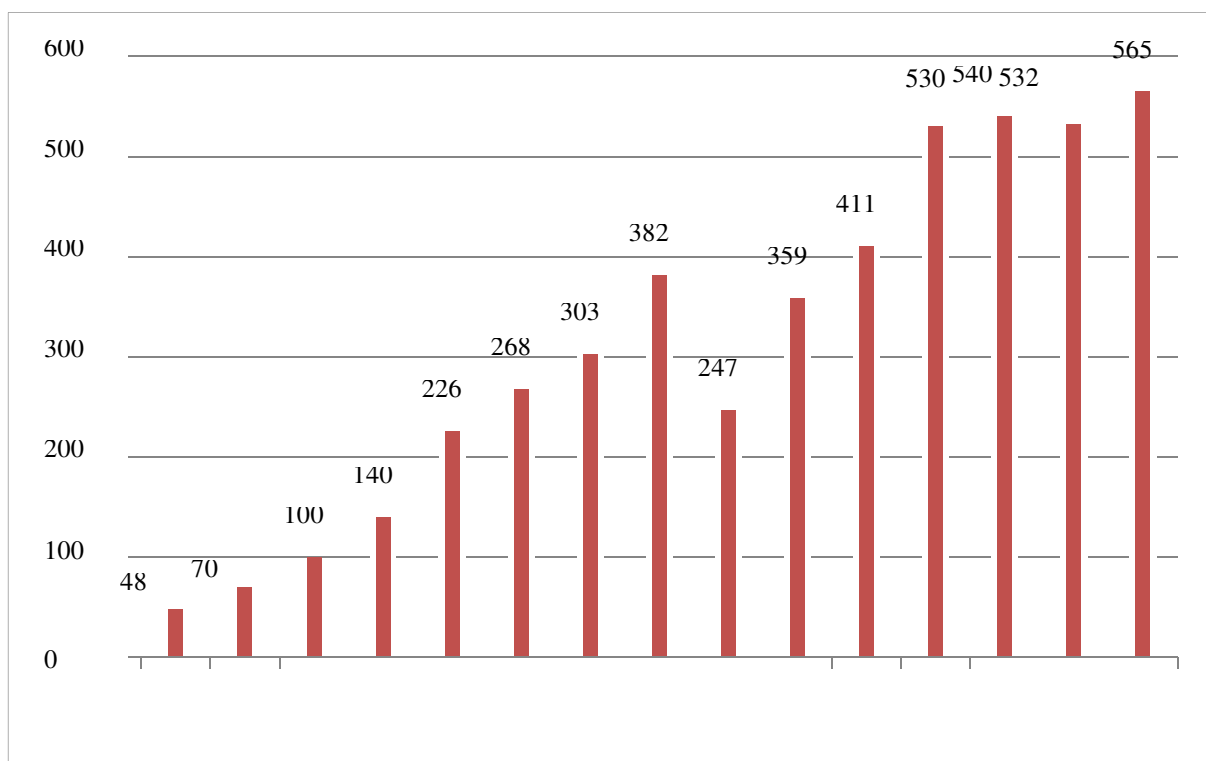


Рис. 2. Динаміка кількості франчайзерів в Україні за 2004–2018 рр.

Незважаючи на низький рівень частки франчайзингу в Україні, порівняно із зарубіжними показниками, майже кожного року спостерігається позитивна тенденція приросту франчайзерів.

Франчайзинговий ринок надає великі переваги для економіки України. Він може стати початком для розвитку дрібних і спільних підприємств, які займатимуться інноваційною діяльністю. Крім того, доцільним є розвиток франчайзингу у сфері послуг, пов'язаних з обстеженням технологічного обладнання на виробництві, вибором найбільш раціонального методу його заміни, особливо модернізації; суспільно необхідна галузь охорони здоров'я, передусім надання допомоги у зонах екологічних катастроф та при роботі у екстремальних і шкідливих умовах. Тому так важливо зосередитися на прискоренні розвитку франчайзингу.

До числа недоліків застосування міжнародного франчайзингу можна віднести:

- вартість франшизи;
- строге дотримання стандартизованих процедур;
- обмеження, що стосуються закупівель. Франчайзер часто зобов'язує франчайзі купувати устаткування, товари і матеріали у себе або у бажаних йому постачальників;
- обмежений асортимент товарів. Згідно з угодою, франчайзі може продавати тільки ті товари і надавати тільки ті послуги, які передбачені франшизою, що надається, і не більше того;
- франчайзі не має права самостійно продати свою франшизу;
- франчайзі має в своєму розпорядженні набагато меншу кількість важелів дії на франчайзера.

Розвиток франчайзингу в Україні значно гальмується наступними проблемами:

1. Фінансово-кредитного характеру (складність процедури кредитування малих підприємств).
2. Незахищеність українських франчайзі у франчайзинговій співпраці з іноземними представниками.

3. Брак знань у підприємців щодо можливостей такого способу ведення бізнесу, як франчайзинг.

4. Значне обмеження розвитку малого бізнесу податковими нормами, внаслідок чого підприємці змушені шукати «обхідні шляхи» у здійсненні паушального платежу та роялті.

5. Недосконалість нормативно-законодавчої бази, стосовно франчайзингових відносин.

Таким чином, на даний момент в Україні відсутнє спеціальне законодавство, що регулює функціонування франчайзингової моделі бізнесу, проте франчайзингові відносини набувають все більшої популярності та охоплюють такі сфери бізнесу, як громадське харчування, послуги, будівництво, роздрібна торгівля тощо. Для розв'язання цих проблем слід вжити ряд необхідних заходів:

- зміцнити законодавчу базу шляхом прийняття Закону України, в якому передбачити всі юридичні аспекти відносин сторін і розвитку українського франчайзингу, які відповідали б міжнародним вимогам.

- надати доступне кредитування для тих, хто бажає розвивати власну франчайзингову мережу;

- розробити програми підготовки спеціалістів для здійснення бізнесу у формі франчайзингу шляхом створення навчально-консультаційних центрів з франчайзингу;

- створити спеціальний орган моніторингу розвитку франчайзингу в Україні для упорядкування правової бази франчайзингових відносин;

- створити на державному рівні систему податкових пільг для франчайзі переважно на початковому етапі розвитку франчайзингової діяльності.

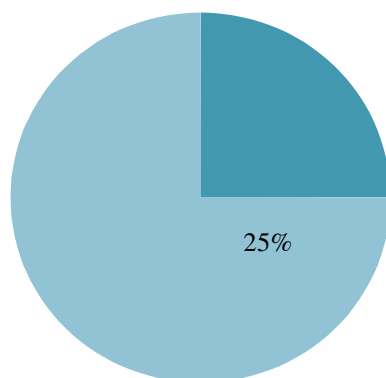


Рис. 3. Кількість активних та неактивних франчайзерів в Україні на 2018 рр.

**Висновки.** Незважаючи на те, що розвиток франчайзингу в Україні гальмується рядом факторів, серед яких недосконалість законодавчої бази, відсутність у вітчизняних підприємців досвіду роботи в рамках франчайзингу, несумлінне ставлення до виконання договірних зобов'язань і чужої інтелектуальної власності, низький рівень розвитку банківського кредитування та ін., щорічно ринок франчайзингу продовжує рости стрімкими темпами.

Отже, для успішного розвитку системи франчайзингу в Україні існують об'єктивні передумови. У сфері українського бізнесу чимало компаній функціонує на підставі франшизи, з'являються різноманітні ідеї та проекти, які можуть бути реалізовані за допомогою даного способу ведення бізнесу. Стимулювання франчайзингу з боку держави дасть змогу створювати нові робочі місця, сприятиме розробці нових ідей, технологій та методів ведення малого бізнесу, ефективному державному впливу на розвиток різних видів

діяльності в цілому, а також допоможе залучити значні іноземні та внутрішні інвестиції у розвиток національної економіки.

Але для того, щоб прогнози здійснилися, потрібно забезпечити певні умови, а саме: здійснення державної фінансово-кредитної допомоги, утворення системи податкових пільг для франчайзі, мережі навчально-консультаційних структур для допомоги кращого освоєння цього виду бізнесу, надання можливості застосування франчайзі спрощеного бухгалтерського обліку

#### Список використаної літератури

1. Суковатий О. Э. Франчайзинг як інноваційна модель розвитку бізнесу / О. Э. Суковатий // Проблеми науки. – 2007. – № 3. – С. 18–23.
2. Корольчук О. П. Франчайзинг як спосіб активізації інтеграції вітчизняного бізнесу у глобальні виробничі та збутові мережі / О. П. Корольчук // Економіка і фінанси підприємств. – 2011. – № 5. – С. 176–185.
3. Махнуша С. М. Франчайзинг як елемент стратегії закріплення бренду підприємства / С. М. Махнуша // Механізм регулювання економіки. – 2004. – № 1. – С. 105–110.
4. Franchise Business Economic Outlook [Electronic resource] / Electronic publication of the international network of companies Pricewaterhousecoopers. – January 2016. – Access mode: <http://emarket.franchise.org/FranchiseOutlookJan2016.pdf>. — Title screen.
5. Цират А. В. Франчайзинг от А до Я: Терминологический словарь / А. В. Цират, Е. А. Кривонос // Ассоциация франчайзинга. – 2008. – С. 257.
6. Асоціація франчайзингу України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua>.