

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ ФОРМИ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ

EFFICIENCY OF FRANCHISING BUSINESS FORMS IN UKRAINIAN MARKET

У даній статті визначено основні поняття щодо франчайзингу як особливої форми ведення бізнесу, проведено порівняння трактувань поняття «договір комерційної концесії» в українському законодавстві. На основі статистичних даних проаналізовано стан, структура та місткість українського ринку франчайзингу за сучасних умов, показано вітчизняні та закордонні компанії, які працюють на умовах франчайзингу. Проведено аналіз динаміки зростання кількості франчайзерів в Україні за 2001-2015 роки та їх ролі у розвитку економіки країни. Визначено ефективність застосування франчайзингу в сучасних умовах економіки.

Ключові слова: франчайзинг; договір комерційної концесії; праволоділець; франчайзі; ринок франчайзингу; бізнес.

В данной статье определены основные понятия по франчайзингу как особой формы ведения бизнеса, проведено сравнение трактовок понятия «договор коммерческой концессии» в украинском законодательстве. На основе статистических данных проанализировано состояние, структура и емкость украинского рынка франчайзинга в современных условиях, показаны отечественные

и зарубежные компании, работающие на условиях франчайзинга. Проведен анализ динамики, роста, количества франчайзеров в Украине за 2001-2015 года, их роли в развитии экономики страны. Определена эффективность применения франчайзинга в современных условиях экономики.

Ключевые слова: франчайзинг; договор коммерческой концессии; правообладатель; франчайзи; рынок франчайзинга бизнес.

The article researches basic concepts of franchising as a particular form of conducting business; compares interpretations of the term «commercial concession agreement» in Ukrainian legislation. Based on the statistics, was analyzed state, structure and content of Ukrainian market of franchising in modern conditions. There are shown native and foreign franchising companies that are working under conditions of franchising. Was analyzed the dynamics of the growing number of franchises in Ukraine in 2001-2015 and their role in economic development of the country. Was defined efficiency of using franchising in contemporary conditions of economy.

Key words: franchising; commercial concession agreement; holder; franchisees; franchising market; business.

УДК 339.187.44

Михальчук Л.В.
старший викладач
кафедри підприємництва та економіки підприємств
Університет митної справи та фінансів
Сіліна І.С.
студентка
Університет митної справи та фінансів

Постановка проблеми. Економіка України характеризується застосуванням й розвитком різних методів та способів ведення підприємницької діяльності, які успішно використовуються за кордоном і забезпечують задоволення потреб суспільства у різноманітних товарах та послугах. На даний момент Україна зберігає деякий відрив від світових тенденцій ведення бізнесу, тому що понад 20 років тому перейшла до ринкової економіки, у той час, як в Європі та США франчайзинг як один із способів організації бізнесу в ринковій системі існує понад століття.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням франчайзингової форми ведення бізнесу займалися такі вітчизняні науковці, як: К. В. Романчук., А. В. Махота, В. С. Хвостенко, Н.С. Косар та ін. Їх публікації висвітлюють теоретичні аспекти поняття «франчайзинг», особливості, переваги та недоліки ведення бізнесу в умовах франчайзингу, проводять аналіз сучасного стану українського ринку франчайзингу. Проте, доцільно розглянути ефективність ведення бізнесу за допомогою франчайзингової форми на українському просторі у майбутньому.

Постановка завдання: дослідження ефективності ведення бізнесу за допомогою франчайзингової форми, огляд стану франчайзингу на українському та світовому ринках та можливість їх розвитку у майбутньому.

Викладення основного матеріалу. Франчайзинг – це спосіб організації бізнесу, згідно з яким

на договірній основі одна сторона (франчайзер) передає іншій стороні (франчайзі) за винагороду право використання: знаку для товарів та послуг; фірмового найменування; послуг і виробництва товарів; технологічного процесу; спеціалізованого обладнання. Проте, дотепер практично відсутня законодавча база для здійснення франчайзингової форми ведення бізнесу. На врегулювання законодавчої бази франчайзингу як способу організації бізнесу у 2001 р. була спроба розробити закон «Про франчайзинг» [10]. Але після першого читання цей законопроект залишився у стані проекту, бо він містив ряд недоліків: відсутність повного глосарію (ноу-хау, франшиза, територіальна франшиза, генеральна франшиза, субфранчайзинг, комерційна інформація, об'єкти виключних прав, тощо); невдала процедура реєстрації договору; не було визначено заходи по стимулюванню суб'єктів господарської діяльності, які виступають сторонами відповідних відносин; не врегульовано переддоговірні франчайзингові відносини, тощо [6].

Сьогодні регулювання правовідносин даного способу організації бізнесу обмежується положеннями Цивільного кодексу України (глава 76) та Господарського кодексу України (глава 36). При цьому українське законодавство не передбачає поняття «франчайзинг», для забезпечення такого способу організації бізнесу використовується термін «договір комерційної концесії» відповідно до 1115 статті (глава 76) Цивільного кодексу України.

Порівняння понять договору комерційної концесії наведено у табл. 1 на основі Цивільного та Господарського кодексів України.

Договір комерційної концесії – це договір згідно якого: одна сторона (правовласник) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за плату право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг [12].

Обов'язковим є укладання договору в письмовій формі та реєстрація державою франчайзера. Однак, через відсутність законодавчої бази щодо франчайзингу, органи реєстрації відмовляють у реєстрації. Тому, залишається єдиний спосіб – провести таку дію в судовому порядку.

Тоді правовласник надає франчайзі всю необхідну документацію та інформацію для ведення бізнесу, залишаючи за собою право контролювати діяльність франчайзі.

В Україні франчайзинг добре закріпився та динамічно розвивається на ринку. Побудова франчайзингової системи має ряд переваг як для франчайзера, так і для франчайзі (табл. 2).

В Україні працюють вітчизняні та іноземні власники бізнесу, які надають франшизу. Під час укладання франчайзингової угоди та розподілу

зобов'язань і франчайзі і франчайзер не позбавленні виникнення чималої кількості ризиків та проблем, які загрожують їхній діяльності.

У світі франчайзинг вважається найбільш прогресивною формою ведення бізнесу. Тому для вивчення українського ринку франчайзингу необхідно розглянути світові показники діяльності бізнесу на умовах франчайзингового договору.

За даними консалтингової компанії FranchiseGroup франчайзинг поширився у таких сферах економіки, як: фаст-фуд, кількість франчайзі якого становить 20% загальносвітової кількості, роздрібна торгівля – 15%, сферу інших послуг (у тому числі спортивних і туристичних) – близько 12%, автомобільні перевезення та обслуговування – 8%, будівництво – 7% (рис. 1). Дані цього ж джерела свідчать, що США – країна, де франчайзинг здобув найбільшу популярність і розповсюдження: частка малого бізнесу, який працює на умовах франчайзингу, становить майже 80%, у той час, як в Європі – 67%, в Україні – лише 23% [4].

В Європі франчайзинг вже давно став ефективною формою ведення бізнесу. На початку 2016 року в Європі здійснюють свою діяльність більше 4500 франчайзингових мереж і майже 180 000 франчайзі, загальний обсяг продажу яких становив 150 млрд. дол. США. Але ці показники

Таблиця 1

Порівняння понять договору комерційної концесії Цивільного та Господарського кодексів України

Джерело	Поняття
Цивільний кодекс України [12]	Стаття 1115. Договір комерційної концесії За договором комерційної концесії одна сторона (правовласник) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) за плату право користування відповідно до її вимог комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) продажу певного виду товару та (або) надання послуг.
Господарський кодекс України [1]	Стаття 366. Договір комерційної концесії 1. За договором комерційної концесії одна сторона (правовласник) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) на строк або без визначення строку право використання в підприємницькій діяльності користувача комплексу прав, належних правовласнику, а користувач зобов'язується дотримуватися умов використання наданих йому прав та сплатити правовласнику обумовлену договором винагороду. 2. Договір комерційної концесії передбачає використання комплексу наданих користувачеві прав, ділової репутації і комерційного досвіду правовласника в певному обсязі, із зазначенням або без зазначення території використання щодо певної сфери підприємницької діяльності.
Проект Закону України «Про франчайзинг». – зареєстровано у Секретаріаті Верховної Ради України 8 листопада 2001 року за № 8241. [10]	Стаття 1. Франчайзинг - підприємницька діяльність, за якою на договірній основі одна сторона (правовласник) зобов'язується передати іншій стороні (користувачеві) за винагороду на визначений строк або без такого комплекс виключних прав на використання знаку для товарів і послуг, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і (або) спеціалізованого обладнання, ноу-хау, комерційної інформації, що охороняється законом, а також інших передбачених договором об'єктів виключних прав; правовласник (франчайзер) - суб'єкт підприємницької діяльності (юридична або фізична особа), власник комплексу виключних прав, передбачених абзацом другим цієї статті; користувач (франчайзі) - суб'єкт підприємницької діяльності (юридична або фізична особа), який одержує у правовласника на визначених умовах комплекс виключних прав, передбачених абзацом другим цієї статті, для провадження підприємницької діяльності.

значно нижчі від показників розвитку франчайзингу в США, де його обсяг становить близько 1 трлн. дол. США на рік [7].

За даними Міжнародної Асоціації з франчайзингу у 2015 році лідерами на європейському ринку франчайзингу стали: Франція, в якій зосереджено 1389 одиниць франчайзингових систем, Німеччина – 1075 одиниць, Італія – 939, Іспанія – 955 і Великобританія – 936 одиниць [9].

На українському ринку франчайзингу домінують вітчизняні франшизи, які контролюють 66% ринку. Зарубіжні франшизи, контролюють решту 34% ринку, за своїм походженням вони розподіляються наступним чином: 191 компанію представ-

ляють такі країни, як Бельгія, Франція, Польща, Білорусь, Німеччина, Китай, Фінляндія, Росія, США, Італія та Угорщина [4].

У 2015 році в Україні загальна кількість торгових точок становить – 20134 од., при цьому функціонують 565 франчайзерів, з яких 431 – це відомі компанії, а 134 – нові учасники серед ринкових гравців, які перебувають у процесі відкриття своїх перших торгових точок. У той же час серед них активні 77% франчайзерів України, тобто вони працюють з власниками франшиз, у яких є діючі торгові точки; 23% неактивні, бо вони зареєстровані, як франшизи, але функціонують тільки їх власні торгові точки [4].

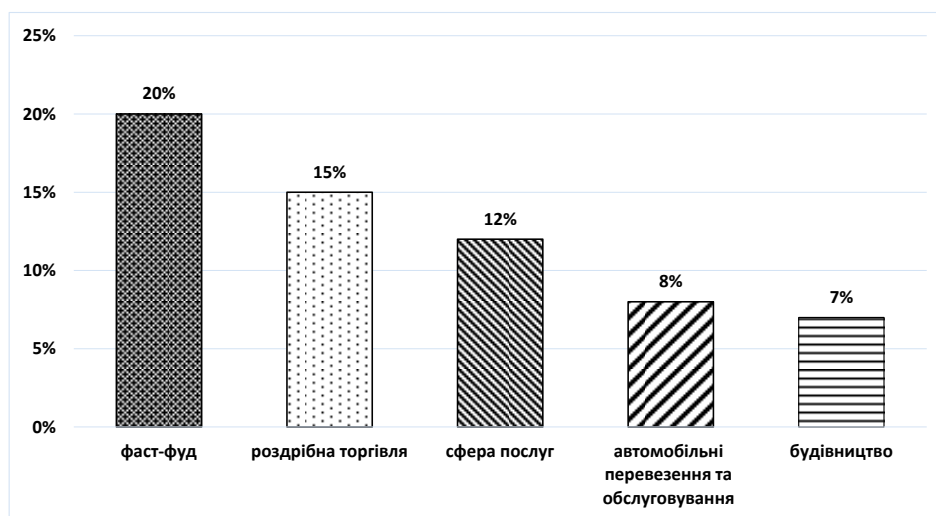


Рис. 1. Сфери економіки, в яких найбільше поширений франчайзинг

Джерело: розроблено авторами за даними [4]

Таблиця 2

Переваги використання франчайзингу для франчайзера та франчайзі

Переваги франчайзингової діяльності	
для франчайзі	для франчайзера
<ul style="list-style-type: none"> – можливість працювати під відомою торговою маркою (ТМ), яка вже зайняла своє місце на ринку та завоювала довіру; – готовий рецепт успіху бізнесу і репутацію бренду; – вдалий досвід ведення бізнесу свого франчайзера; – посібник із запуску та ведення бізнесу з детальним описом кожного процесу, а також підтримку франчайзера на всіх етапах. Мінімізація ризиків франчайзі дає можливість знизити ризики нового підприємства, зменшити оподаткування та початкові інвестиції – придбавши франшизу, залишається самостійним власником бізнесу, який зацікавлений в прибутковості його функціонування. Франчайзі сам займається управлінням і контролем роботи об'єкта 	<ul style="list-style-type: none"> – продаж франшизи - додаткове джерело доходу для франчайзера – франчайзі, придбавши франчайзинговий пакет, робить початковий внесок, а також виплачує додаткові кошти на підтримку послуг, які надає франчайзер; – франчайзинг дає можливість побудови та розвитку мережі без вкладень власних капіталу, швидкого розвитку на новому ринку і зміцнення своїх позицій на існуючому ринку; – франчайзинг допомагає споживачам більше дізнатися про продукт і послуги; – франчайзер розвиває свою концепцію бізнесу і доводить її прибутковості на прикладі своїх власних підприємств. Він розділяє свій досвід з усіма франчайзі системи, надаючи їм можливість вести свій бізнес успішно.

Як показано на рис. 2, починаючи з 2001 року кількість франчайзерів з кожним роком збільшується. Тільки у 2009 та 2014 роках спостерігається скорочення цього показника у зв'язку з кризовим станом в економіці. Незважаючи на це, кількість франчайзерів продовжує зростати.

Виходячи з даної інформації, можна стверджувати, що франчайзинговий бізнес кожного року розвивається все більше.

На рис. 3 видно, що 83,8% усіх точок працюють на ринку франчайзингу у сфері роздрібної торгівлі, 72,7% – у сфері послуг та 70,4% – у ресторанному бізнесі [4].

У роздрібній торгівлі більше 60 % торгових точок працюють під брендом п'яти найбільших франчайзерів: «Наша Ряба» (2600 франчайзингових точок),

«Гаврилівські курчата» (1300 франчайзингових точок), «Цифротех» (801 франчайзингова точка), «Том Фарр» (247 франчайзингових точок) і «Наш Край» (161 франчайзингова точка) [4].

У сфері послуг майже 60 % франчайзингових точок працюють під брендом трійки провідних франчайзерів: «Нова Пошта» (2060 франчайзингових точок), «Універсальна» (1800 франчайзингових точок) та «Експрес-клінінг» (400 франчайзингових точок) [4].

У секторі харчування та ресторанного бізнесу найбільшим гравцем є «Фаст ФудСистемз», який контролює майже 10 % торгових точок через три франшизи «ПіццаЧелентано» (163 франчайзингові точки), «Картопляна Хата» (21 франчайзингова точка) і «Яппі» (4 франчайзингові точки) [4].

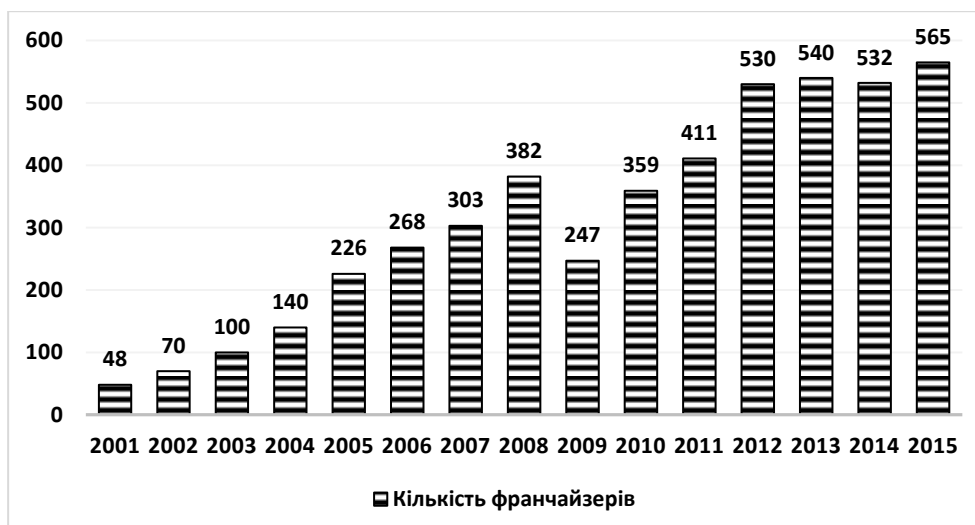


Рис. 2. Кількість франчайзерів в Україні 2001-2015 рр.

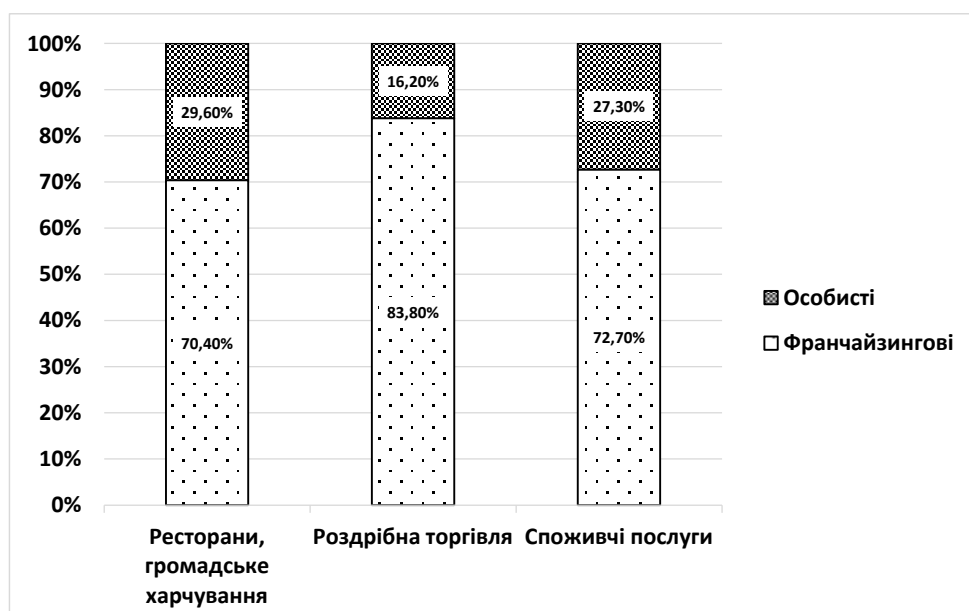


Рис. 3. Структура франчайзингових та власних точок за галузями 2015 р.

Джерело: розроблено авторами за даними [4]

Популярні франшизи в Україні 2015 р.

Назва ТМ франчайзингової мережі	Інвестиції	Вступний внесок	Роялті	Термін окупності
«Наш Край» [8]	€10 000 – €25 000	Відсутній	3,5 EUR / кв.м (зараз зафіксовано на рівні 1 EUR=17,50 грн)	Від 5 міс.
«Львівські плячки» [8]	від 50 000 USD	від 10 000 USD	10%	до 2,5 років
Крила [5]	450 000 грн. – 550 000 грн.	35 000 грн. – 85 000 грн.	2.5% (від обороту) в міс.	6-18 міс.
Еко-Лавка [8]	від 300 000 UAH	від 50 000 UAH	3%	6 -18 міс.
«Франс. уа» [8]	від 22 000 USD	6 000 USD	Відсутнє	18 міс.
«Булочна № 1» [8]	від 20 000 USD	від 4 000 USD	Відсутнє	від 8 до 18 місяців
Львівська Майстерня Шоколаду [8]	від 40 000 USD до 100 000 USD	від 15 000 USD	обговорюється	від 24 до 36 місяців
Компанія Crocs [5]	від 15 000 USD до 25 000 USD	відсутній	відсутнє	від 12 до 18 місяців
Join UP! [8]	від 2 000 USD до 3 000 USD	від 22 000 UAH	1 000 – 2 500 UAH, в залежності від міста	6 – 12 місяців
Сендвіч-бар FreshLine [5]	від 25 000 USD до 45 000 USD	від 3 000 USD	4%	12 – 24 місяці

Найбільш поширеними стають франшизи для малого бізнесу з вкладенням інвестицій у розмірі не більшому за 2 млн. гривень. У таблиці 3 представлено десять популярних франшиз в Україні у 2015 році.

Ефективність цієї форми ведення бізнесу полягає в тому, що франчайзинг – надійний спосіб зменшення операційних ризиків, а також збільшення шансів тривалого виживання компаній.

За даними Держкомстату, через сім років закриваються 77% приватних підприємств, через десять на плаву залишаються 18%. Серед франчайзі через п'ять років йдуть з ринку тільки 8%, а через десять – 10% [2].

На українському ринку найбільш прибутковими залишаються іноземні франшизи, які мають добре впізнавану товарну марку, бренд тощо. Аналіз літературних джерел свідчить, що середня рентабельність інвестицій за перші 10 років роботи для незалежних підприємств становить близько 300%, а для підприємств – одержувачів франшиз – більше 600% [3]. За різними оцінками в Україні, налічується 80-120 франчайзингових мереж, а їх річний валовий дохід перевищує 1,3 трлн. дол. [11].

Отже, франшиза – неврегульована частина українського законодавства, при укладанні договору необхідно достатньо точно зазначати всі питання і зважувати ризики ведення такого бізнесу.

З кожним роком кількість як українських, так і закордонних франчайзерів збільшується, що свідчить про ефективність використання франчайзингу.

Висновки з проведеного дослідження. У порівнянні з іншими країнами поняття франчайзингу є новим для України. Не зважаючи на це, за останні роки спостерігається значне зростання

кількості вітчизняних франчайзерів та зарубіжних компаній на українському ринку. Така форма ведення бізнесу, як франчайзинг, зацікавила багатьох представників підприємницької діяльності, що говорить про переваги франчайзингової діяльності та її розвиток в Україні.

Франчайзинг має великі перспективи розвитку в майбутньому. Для цього необхідно:

- удосконалити нормативно-законодавчу базу, яка на сьогодні не здатна врегулювати низку питань пов'язаних з франчайзинговою діяльністю;
- створити консультаційні центри, які займатимуться інформуванням щодо особливостей використання франчайзингу в бізнесі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Добрянська Ю.О., П'ясечна А.В., Косар Н.С. Дослідження сучасного стану франчайзингу в Україні та світі / Ю.О. Добрянська, А.В. П'ясечна, Н.С. Косар // Глобальні та національні проблеми економіки – 2015. – Вип. 7. – С. 122-126.
4. Звіт «Франшизи в Україні стійкі до кризи» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://franchisegroup.com.ua/bitrix/templates/nakitel_tpl/img/pdf/Franchise%20Business%20Outlook%20Report.pdf
5. Каталог популярних франшиз [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://franch.biz/populjarnye-franshizy/>
6. Михальчук Л.В., Гарькава Т.Л. Розвиток франчайзингу в Україні / Л.В. Михальчук, Т.Л. Гарькава // Культура народів Причорномор'я. – 2012. – № 231. – С. 68-70.

7. Офіційний сайт European Franchise Federation [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.efffranchise.com>

8. Офіційний сайт консалтингової компанії FranchiseGroup [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://franchisegroup.com.ua>

9. Офіційний сайт Міжнародної Асоціації з франчайзингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.franchise.org>

10. Проект закону України «Про франчайзинг». Його було зареєстровано у секретаріаті Верховної Ради України 8 листопада 2001 року за № 8241

11. Ринок франчайзингу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://franchisegroup.com.ua/uk/page/rynok_franchajzinga_v_ukraine_i_za_rubezhom

12. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 р. № 435-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15.2>

REFERENCES:

1. Hospodarskyi kodeks Ukrainy vid 16.01.2003 r. # 436-IV [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>

2. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Dobrianska Yu.O., Piasechna A.V., Kosar N.S. Doslidzhennia suchasnoho stanu franchaizynhu v Ukraini ta sviti / Yu.O. Dobrianska, A.V. Piasechna,

N.S. Kosar // Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky – 2015. – Vyp. 7. – S. 122-126.

4. Zvit «Franshyzy v Ukraini stiiki do kryzy» [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://franchisegroup.com.ua/bitrix/templates/nakitel_tpl/img/pdf/Franchise%20Business%20Outlook%20Report.pdf

5. Kataloh populiarnykh franshyz [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <https://franch.biz/populjarnye-franshizy/>

6. Mykhalchuk L.V., Harkava T.L. Rozvytok franchaizynhu v Ukraini / L.V. Mykhalchuk, T.L. Harkava // Kultura narodov Prychernomoria. – 2012. – # 231. – S. 68-70.

7. Ofitsiyni sait EuropeanFranchiseFederation [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.efffranchise.com>

8. Ofitsiyni sait konsal'tynhovoї kompanii FranchiseGroup [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <http://franchisegroup.com.ua>

9. Ofitsiyni sait Mizhnarodnoi Asotsiatsii z franchaizynhu [Elektronnyi resurs] – Rezhym dostupu: <http://www.franchise.org>

10. Proekt zakonu Ukrainy «Pro franchaizynh». Yoho bulo zareiestrovano u sekretariati Verkhovnoi Rady Ukrainy 8 lystopada 2001 roku za # 8241

11. Rynok franchaizynhu v Ukraini [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: http://franchisegroup.com.ua/uk/page/rynok_franchajzinga_v_ukraine_i_za_rubezhom

12. Tsyvilnyi kodeks Ukrainy vid 16.01.2003 r. # 435-IV [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/435-15.2>

Mykhalchuk L.V.

Senior Instructor at Department of Entrepreneurship and Economics of Enterprises

University of Customs and Finance

Silina I.S.

Student

University of Customs and Finance

EFFICIENCY OF FRANCHISING BUSINESS FORMS IN UKRAINIAN MARKET

In the context of globalization franchising is getting more popular and profitable year after year. Most part of businessmen and investors are using franchising in different areas and countries. Domination of franchising among other ways of conducting business is connected with rivalry on markets and limited financial resources and opportunities. Franchising is attractive because it offers possibility to attract foreign investment, introduce innovative technologies, increase employment and develop networks for delivery of goods, both on the national market and on the foreign markets.

In Ukraine franchising is developed over 20 years, therefore the definition of “franchising” is relatively new to domestic enterprises. Despite this, a large number of companies conduct business under the trade mark of known foreign and Ukrainian companies.

For today Ukrainian legal system does not have a definition for “franchising”, “franchise” and it gives reason to examine in more detail advantages and disadvantages of conducting business on the terms of franchising contract.

The article researches basic concepts of franchising as a particular form of conducting business; compares interpretations of the term “commercial concession agreement” in Ukrainian legislation. Based on the statistics, was analysed state, structure and content of Ukrainian market of franchising in modern condition. There are shown native and foreign franchising companies that are working under conditions of franchising. Was analysed the dynamics of the growing number of franchises in Ukraine in 2001-2015 and their role in economic development of the country. Was defined efficiency of using franchising in contemporary conditions of the economy.