

Грендей Наталія Миколаївна

студентка спеціальності «Фінанси та кредит»

фінансово-економічного факультету

Буковинського державного фінансово-економічного університету, м. Чернівці

Науковий керівник: к. е. н., доцент Белей С. І.

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА ФОРМА ВЕДЕННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Необхідною умовою економічних трансформацій в Україні є зростання підприємницької активності в усіх сферах економіки. Один з перспективних напрямів створення конкурентного ринкового середовища – розвиток малого підприємництва. Франчайзинг є способом поширення бізнесу. Для представників малого бізнесу франчайзинг – це один із способів відкриття власної справи.

Проблеми франчайзингових відносин досліджували у своїх працях, зокрема, Босак І. П. та Попко О. В. У їхніх роботах розкриті суть франчайзингу, види, сучасні тенденції у сфері франчайзингу, його переваги та недоліки, проблеми, перспективи майбутнього розвитку. Діяльність підприємств на умовах франчайзингу досить актуальна в умовах ринкового господарювання, і є потреба у поглибленні подальших наукових досліджень.

Франчайзинг – це така організація бізнесу, при використанні якої компанія (франчайзер) передає незалежній особі або підприємству (франчайзі) право на продаж продуктів та послуг компанії [3]. Франчайзі отримує право використовувати товарний знак компанії, її репутацію, продукт чи послуги, маркетингові технології та механізми підтримки та зобов'язується продавати цей продукт чи послуги на умовах, попередньо визначених франчайзером.

Розвиток франчайзингу в Україні досить стрімкий, є стійка тенденція до зростання чисельності франчайзерів. Так, в 2011 році їх кількість становила 45 фірм, а в 2014 році вже нараховується 570, з яких 425 компаній активно розширюють свої мережі за рахунок відкриття як власних, так і франчайзингових об'єктів і 145 компаній на даному етапі свого розвитку мають тільки власні точки: вони знаходяться в активному пошуку партнера-франчайзі або зовсім недавно стали гравцем ринку франчайзингу. Протягом досліджуваного періоду лише один раз, в 2009 році, приріст чисельності франчайзерів до попереднього року був від'ємним. Найефективніші галузі вітчизняної економіки, де функціонують франчайзингові компанії, — роздрібна торгівля, підприємства громадського харчування та організації, що надають послуги суб'єктам підприємницької діяльності [3].

Торгові марки, мережі яких в Україні розвиваються по франчайзингу — це: Піца Челентано, Віденські Булочки, Картопляна Хата, Форнетті, Наша Ряба, TEZ Tour, FitCurves, Експрес Манікюр, Наш Край, New-York-Street-Pizza, Mexx, Mango, Arber, Nike, Atlantic, Bosch Service, Liqui Moly, Ельдорадо та багато інших [2, 124]. Загалом, в Україні франчайзингова діяльність охоплює торгівельно-посередницьку сферу та сферу послуг.

Франчайзингова система організації підприємницької діяльності має позитивні і негативні аспекти, які наведені в табл. 1.

В Україні наразі відсутнє якісне законодавче регулювання даного виду підприємницької діяльності. Спеціальне законодавство, що регулює франчайзинг, з'явилося в Україні лише 1 січня 2004 р., коли набули чинності Цивільний і Господарський

кодекси України. Вітчизняному законодавству невідомий термін «франчайзинг», натомість у законодавстві України договір франчайзингу називається договором комерційної концесії.

Таблиця 1

Переваги та недоліки франчайзингу

Наслідок	Франчайзер	Франчайзі
Переваги	<ul style="list-style-type: none"> – отримання коштів для розширення своєї діяльності; – економія ресурсів за рахунок франчайзі; – можливість територіального розподілу ринку; – донесення інформації про власний продукт до споживачів. 	<ul style="list-style-type: none"> менший ризик банкрутства; – можливість працювати під відомим брендом; – ефективний спосіб ведення бізнесу.
Недоліки	<ul style="list-style-type: none"> – можливість втрати контролю над франчайзі; – ризик розголошення корпоративної інформації; – ризик погіршення іміджу фірми. 	<ul style="list-style-type: none"> – обмежені можливості для розвитку; – неможливість впливати на умови договору; – повна відповідальність за свою діяльність.

Отже, основними проблемами розвитку франчайзингу в Україні є: нестабільність національної економіки; недосконалість правової бази; питання фінансового характеру; відсутність необхідного інформаційного забезпечення та практики ведення бізнесу [1, с.95].

На основі вищезазначеного можна зробити висновок, що франчайзинг є перспективною формою ведення підприємництва в Україні. Привабливість франчайзингу полягає в тому, що малі підприємства мають у своєму розпорядженні стабільний дохід, а великі — можливість розширити свої позиції на ринку, а також зміцнити їх. В Україні з кожним роком франчайзингові відносини стають більш популярними, оскільки ступінь ризику значно менший порівняно з створенням бізнесу «з нуля». У цілому в Україні досить великі перспективи для розвитку франчайзингу, зокрема його розвиток дозволить: створити нові робочі місця, залучити іноземні інвестиції, посилити правову захищеність малого підприємництва.

Список використаних джерел

1. Босак І. П. Франчайзинг як форма організації підприємницької діяльності / І. П. Босак // Наукові записки [Української академії друкарства]. - 2014. - № 4. - С. 93-97. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Nz_2014_4_16.pdf
2. Попко О. В. Франчайзинг як альтернативний інструмент ефективного ведення бізнесу / О. В. Попко // Студентський вісник НУВГП. - Рівне : НУВГП, 2015. - Вип.1(3). - С. 122-125.
3. Офіційний сайт франчайзингової групи України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://franchisegroup.com.ua/>

Грибов Андрей Владимирович,