*Анастасія Арібжанова*

# ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ОСОБЛИВА ФОРМА ВЕДЕННЯ БІЗНУСУ В УКРАЇНІ

Для України франчайзинг є порівняно новим явищем, тоді як у промислово розвинутих країнах він практикується століттями, забезпечуючи потреби суспільства в різних послугах. Франчайзинг є перспективним напрямком економічної діяльності, який найближчими роками значно зростатиме. Економічна криза стала однією з причин стрімкого розвитку франчайзингу в Україні. За умови, коли більшість бізнес-проектів почали бути збитковими, франчайзинг залишається прибутковим бізнесом.

Суть франчайзингу полягає у наданні одним суб'єктом підприємницької діяльності (франчайзером) права на здійснення певної діяльності із використанням його торговельної марки, технологій, ноу-хау та інших об'єктів інтелектуальної власності іншому суб'єкту підприємництва (франчайзі) протягом встановленого терміну на обмеженій території і на визначених умовах. Таке право має назву франшизи [1, 188].

Станом на 02.11.2009 р. асоціацією франчайзингу в Україні зареєстровано 1533 бренди, мереж з України працюючих за кордоном – 22, кількість франчайзерів 657, а персоналу зайнятого в мережі 371 171 осіб [2].

На ринку франчайзингу в Україні найприбутковішими є компанії, які розвивають іноземні франшизи. Адже за критеріями розвитку та грошовим оборотам лідерами ринку франчайзингу є компанії, що представляють західні товари та послуги, такі як «Coca Cola», «Pepsi», «Carlsberg», «InBev», «TNK-BP», «Lukoil», «Empik», «Ліга Ін вест», «Дельта Спорт». Однак до десятки найприбутковіших лідерів ввійшла також одна українська компанія франчайзер – «Система швидкого харчування» (FFS).

До основних проблем, що перешкоджають широкому використанню франчайзингових схем в Україні, на відміну від інших країн світу з більш розвинутою ринковою економікою, можна віднести наступні:

– недосконалість нормативно-правової бази. Законодавство у сфері захисту авторських прав в Україні є малоефективним, тому тут можуть виникати певні проблеми у відносинах франчайзера та франчайзі;

– відносно висока вартість франшизи поряд з низькою купівельною спроможністю покупців, відсутність детальної інформації про франчайзинг;

– економічні проблеми. Криза в цілому та той факт, що під час укладання контракту підприємець-франчайзі повинен зробити досить високий вступний внесок на користь франчайзера, що для ряду малих підприємств є непомірним.

Один із основних шляхів залучення коштів – отримання кредиту. На

сьогодні в Україні відсутні відповідні програми кредитування для франчайзингової діяльності. На жаль, існує недобросовісна конкуренція, тобто підробка продукції відомих товаровиробників.

Ринок франчайзингу можна розглядати як перспективний напрямок ведення комерційної діяльності на території України. Варто очікувати зростання кількості франчайзерів та, особливо, франчайзі адже франчайзинг – це особлива форма організації бізнесу, що дозволяє розвиватися малим підприємствам та збільшує обсяги реалізації великих фірм за рахунок взаємодії таких двох типів суб'єктів. Такий взаємозв'язок великих і малих фірм дозволяє розширити збутову діяльність головної фірми в регіонах окремої країни чи за її межами, тобто на міжнародному рівні. Франчайзинг має ряд переваг, які дозволяють зменшити витрати на виробництво та підвищити його ефективність, що є особливо важливим для України в сучасних умовах. Франчайзинг, як метод ведення бізнесу, передбачає створення однорідних підприємств, які мають єдину торговельну марку (товарний знак) та дотримуються однакових умов, форм, методів продажу, єдині вимоги до якості та єдині ціни. Таким чином, за фіксовану плату франшизоодержувач отримує кваліфіковану допомогу, яка в іншому випадку була б для нього надто дорогою. Франшизодавець потребує меншої кількості керівників, що зменшує його витрати на заробітну плату. Крім того, франшизоодержувач має більший стимул досягнення кращих результатів, ніж найманий працівник. Загалом, система франчайзингу має низку переваг, які дають змогу ефективніше організувати бізнес з меншими затратами, що підвищує конкурентоспроможність вітчизняної економіки.

Безсумнівні вигоди для всіх учасників франчайзингу очевидні. Для франчайзі – це невисокі витрати фінансів та часу на створення бізнесу. Для франчайзера – розширення ринків збуту за мінімальних витрат. Для споживачів – розширення асортименту та покращення якості пропонованих товарів. Для держави – вища активність підприємницької діяльності, зростання ВВП та податкових надходжень [1, 189].

Отже, поширення франчайзингу в Україні натикається на ряд проблем, які потребують нагального вирішення. Велике значення має закріплення на законодавчому рівні системи франчайзингу, яка надає ряд переваг, що дають змогу ефективніше організувати бізнес з меншими затратами та підвищувати конкурентоспроможність вітчизняної економіки.

**Список використаних джерел:**

1. Заярна Н. М Франчайзинг як модель розвитку малого бізнесу / Н. М. Заярна // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.5. – С. 187–190.
2. Сайт Ассоциации франчайзинга (Украина). – Режим доступу: http://www.franchising.org.ua/