

НИКОЛЕНКО А.Г., ст. гр. 3437

Наук. керів.: Іртищева І.О., д.е.н., проф.

ДВНЗ "Національний університет кораблебудування ім. адмірала Макарова",
м. Миколаїв

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ РИНКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ

Изучены особенности рынка франчайзинга в Украине, проанализированы проблемы кризисного периода, перспективы и тенденции развития в 2012 году.

Актуальність. В сучасних умовах посилення конкуренції на внутрішніх ринках та обмеженості фінансових можливостей для підприємств франчайзинг виступає ефективним механізмом поєднання переваг малого та великого бізнесу.

Мета дослідження. Аналіз особливостей ринку франчайзингу в Україні.

Основна частина. Сучасний процес становлення і розвитку малого бізнесу відбувається в умовах різкого обмеження фінансових ресурсів державного та місцевого бюджетів, відсутності дієвої системи фінансування, кредитування і страхування підприємницької діяльності. Важливого значення в такій ситуації набуває встановлення тісної взаємодії малого і великого підприємництва з метою розв'язання спільних проблем їх функціонування.

Такою формою фінансової підтримки з боку великих підприємств є система франчайзингу. Саме вона дає можливість об'єднати переваги малого та великого бізнесу, а також значно підвищити підприємницьку ініціативу.

Франчайзинг - це форма співпраці між юридично та фінансово незалежними сторонами (компаніями та/або фізичними особами), в рамках якої одна сторона (франчайзер), що володіє успішним бізнесом, відомою торговою маркою, ноу-хау, комерційними таємницями, репутацією та іншими нематеріальними активами, дозволяє іншій стороні (франчайзі) користуватися цією системою на погоджених умовах.

Сам термін "франчайзинг" походить від французького іменника "franchise", що буквально означає - пільга, вільність, привілей. В епоху середньовіччя цей термін означав надання прав громадянства іноземцеві певною країною, чи містом, згодом - умови страхового договору, за якого страхувальник звільнювався від відшкодування збитків, коли вони не перевищували певної межі [3].

Проблеми та перспективи розвитку франчайзингу як бізнес-концепції розглядали у своїх працях зарубіжні та вітчизняні вчені та практики: Кошелеві Є.Г., Ляшенко В.І., Широбокова Н.М., Дідик М.Ж., Андрощук Г., Денисюк В. та ін.

Одним з ключових понять в системі франчайзингових відносин є франшиза (франчайзинговий пакет), тобто повна бізнес-система, включаючи посібники по веденню робіт, програмне забезпечення, документацію та інші матеріали, які франчайзер передає франчайзі. Наявність франшизи дозволяє

останньому працювати достатньо ефективно, навіть при відсутності попереднього досвіду та знань в певній сфері бізнесу [1].

Найбільш відомими франчайзерами в світі є MCDonald's, Coca-Cola, Ford, Hilton, Burger King, Mexx, Hilton, Pepsi Co, Coffee House, Subway та інші. На українському ринку представлені як іноземні, так і вітчизняні франчайзери, доля останніх приблизно 50%. Найбільш популярними в Україні є франшизи з інвестиціями приблизно в 20 тис. доларів, окупністю до 18 місяців та з невеликими площами.

Найбільш розвинені види франчайзингу в Україні:

- ✓ товарний (Mexx, Pierre Cardin, «Провокація»);
- ✓ громадське харчування (Subway, Burger King, «Челентано», «Шоколадниця»);
- ✓ послуги населенню (мережі хімчисток, салонів краси, туристичні агентства);
- ✓ виробничий (Coca-Cola).

В Україні франчайзинг почав розвиватися з середини 1990-х років, проте особлива активність спостерігалась починаючи з 2004 року. До 2008 року кількість франчайзерів збільшувалась в середньому на 20% за рік. З 2009 по 2010 рік відбувається різке падіння показників і подальше поступове підвищення (Рис. 1).

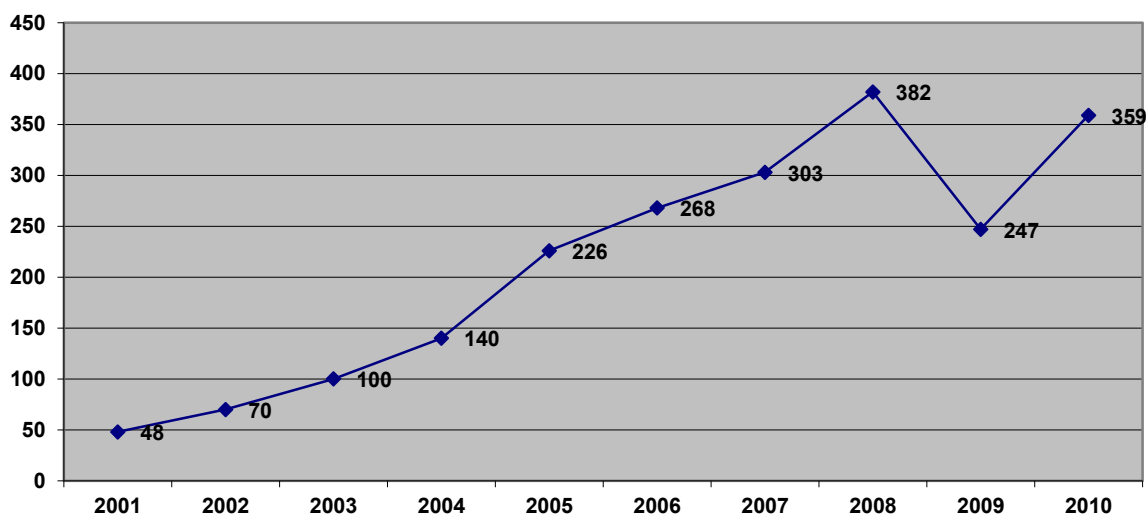


Рисунок 1. Ріст кількості франчайзерів в Україні по рокам [2]

За регіональним розподілом найбільш привабливими для франчайзерів є Київ, міста з населення біля мільйону і західна Україна (Рис. 2). Критеріями такого поділу стали: акумуляція коштів, доходи та обізнаність населення, рівень ведення бізнесу, досвід співпраці з іноземними компаніями, наявність великих торговельних та бізнес центрів.

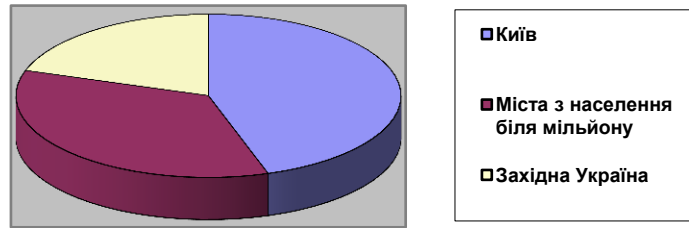


Рисунок 2. Регіональний розподіл уподобань франчайзерів

До загроз розвитку франчайзингу в Україні можна віднести:

- ✓ криза у Європі;
- ✓ законодавчі проблеми (відсутність нормативно-правових актів, які безпосередньо регулюють франчайзингові відносини, складний процес реєстрації договору комерційної концесії);
- ✓ високі ставки кредитування;
- ✓ орендні ставки;
- ✓ недостатньо розвинена бізнес-освіта.

Можливості та перспективи:

- ✓ низька конкуренція;
- ✓ наявність «незайнятих галузей»;
- ✓ оборот франчайзингу в Україні на даний момент 1-2 млрд. доларів, 2-4% товарообороту країни, тоді як за кордоном – до 40% товарообороту.

Висновки. Таким чином, незважаючи на низку негативних факторів, франчайзинг продовжує розвиватися в Україні доволі динамічно. Український ринок стає привабливим як для іноземних франчайзерів, так і для вітчизняних. Для того щоб система франчайзингу працювала ефективно, необхідно подолати такі стримуючі механізми: недосконалість законодавчої бази, відсутність у підприємців досвіду роботи за франчайзингом, несумлінне ставлення до виконання договірних зобов'язань і чужої інтелектуальної власності, низький рівень розвитку банківського кредитування.

Бібліографічний список

1. Бедринець М.Д. Франчайзинг: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні. - Фінанси України. - 2008.- №2.- С. 96 - 104.
2. Сайт Асоціації франчайзингу в Україні // www.franchising.org.ua/.
3. Franchising.ua Портал ідей для бізнесу // <http://franchising.ua/>.