

УДК 339.187.4

О.П.Корольчук, д.е.н.,
Київський національний торговельно-економічний університет,
м. Київ

УМОВИ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ

Виходячи з аналізу франчайзингових відносин в Україні, розглядаються проблеми щодо їхнього розвитку шляхом правової організації, розширення банківського кредитування, організаційно-економічних заходів. Їх реалізація дасть можливість ефективного розвитку бізнес-середовища у державі.

Исходя из анализа франчайзинговых отношений в Украине, рассматриваются проблемы относительно их развития путем правовой организации, расширения банковского кредитования, организационно-экономических мероприятий. Их реализация даст возможность эффективного развития бизнес-среды в государстве.

Based on an analysis of franchise relations in Ukraine, concerning of their development through legal organization the expansion of bank lending, institutional economic activities are considered,. Their implementation will enable the efficient development of the business environment in the state.

Ключові слова: франчайзинг, стартовий капітал, коливання попиту, інвестиційний клімат, кредитування франчайзі, податкова політика, «тіньовий» сектор, правовий сектор, інтелектуальна власність, достовірна інформація.

Розв'язання багатьох економічних проблем в Україні вимагає нових економічних механізмів. Одним з таких механізмів є франчайзинг. Франчайзинг нині – це єдиний відомий інструмент, який дозволяє підвищити ефективність малого бізнесу. Він дає можливість об'єднати переваги малого і великого бізнесу. Проте існують проблеми, які стримують розвиток франчайзингу в нашій країні. Їх можна класифікувати на основі причин виникнення.

Причини, що стримують розвиток франчайзингу в Україні, можна поділити на об'єктивні та суб'єктивні. Зокрема, об'єктивними причинами є [1]:

• відсутність фахівців з певних видів господарської діяльності, які могли б кваліфіковано застосовувати цей метод збуту, що призвело б до отримання франчайзером прибутків;

• відсутність знань про франчайзинг як метод збуту та технології його використання;

• новизна договору франчайзингу та його складність порівняно з іншими видами договорів;

• законодавча невизначеність строків запровадження обов'язкової реєстрації договорів франчайзингу в органах реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності;

• відсутність судової практики розгляду спорів про договори франчайзингу.

Серед суб'єктивних причин виділимо такі:

• небажання потенційних франчайзерів навчати майбутніх франчайзі навичкам ведення підприємницької діяльності певного виду, оскільки такі

франчайзі розглядаються як потенційні конкуренти;

• невпевненість потенційних франчайзі у можливості захистити об'єкти права інтелектуальної власності, що використовуються у франчайзингу у разі порушення прав на них. Ця невпевненість базується на відсутності:

- ✓ судової практики розгляду спорів про договори франчайзингу;
- ✓ відсутності в загальних і господарських судах достатньої кількості суддів, які розумілися б на питаннях захисту об'єктів права інтелектуальної власності;
- ✓ проблемах використання рішень про захист об'єктів права інтелектуальної власності;

• небажання потенційних франчайзерів інвестувати значні кошти у власне підприємство для створення франшизи;

• відсутність доступу до інформації про фахівців, які могли б допомогти потенційному франчайзеру при створенні окремих елементів франшизи (дизайнерів, психологів, юристів, економістів тощо).

Розпочнемо з аналізу об'єктивних проблем, передусім економічних. Франчайзинг – це економічний інструмент, і для його впровадження необхідні відповідні економічні передумови, які в Україні ще недостатньо сформувалися. До найважливіших проблем можна віднести:

1. Нестабільність розвитку економіки України. Франчайзингові схеми вимагають стабільності та передбачуваності економіки.

2. Відсутність у більшості підприємців-потенційних франчайзі необхідного стартового капіталу для входження у франчайзингову систему.

3. Складність одержання кредитів для створення стартового капіталу.

Найважливішою економічною проблемою розвитку франчайзингу в Україні є відсутність стабільності, яка полягає у постійних стрибках розвитку економіки країни, що призводить до різких коливань попиту на усі види товарів, регулярних переділах власності тощо. Все це не може не торкатися інтересів франчайзі. З огляду на те, що багато з них змушені внаслідок обмежених власних коштів відкривати свої підприємства в орендованих приміщеннях, зміна власника негативно впливає на роботу як франчайзі, так і франчайзингової системи в цілому.

Українські підприємці мають потребу у виробничих площах, офісах. У багатьох з них виникають труднощі з орендою приміщень. Нині, щоб орендувати приміщення, яке буде задовольняти всім необхідним стандартам, потрібно заплатити високу орендну плату, що доступно не всім підприємцям, зважаючи на їхні інші витрати. Переділи ринків, часто неринковими методами, також знижують ефективність франчайзингових систем.

Ситуація ускладнюється і дефіцитом західних інвестицій в українську економіку. Це насамперед пов'язано з несприятливим, з точки зору

західних інвесторів, інвестиційним кліматом у нашій країні.

Франчайзинг базується на взаємодії двох типів самостійних підприємств: франчайзера і франчайзі, кожний з яких є самостійною юридичною особою. Отже, не тільки франчайзер, але і франчайзі повинні вкладати в розвиток системи свій стартовий капітал. Якщо врахувати, що франчайзі повинен вносити разову франшизну плату, то стартовий капітал франчайзі має бути досить великим. Однак далеко не у всіх вітчизняних підприємств є достатньо коштів.

Одержання стартового капіталу у вигляді банківського кредиту також обумовлено низкою проблем:

- рівень прибутковості франчайзі, з урахуванням усіх регулярних платежів (роялті, відрахування в централізований рекламний фонд та інші платежі), може призвести до того, що термін повернення кредиту буде досить тривалим, а якщо врахувати діючі ставки кредиту, а також рівень ризиків, то зовсім неможливим;

- необхідність надання франчайзі банку рівноцінного кредиту застави тощо;

- існуюча правова система ще більше ускладнює кредитування франчайзі.

Зараз банки неохоче кредитують підприємств внаслідок існуючої економічної нестабільності в Україні. Якщо банк і надає кредити, то вони, як правило, короткострокові (до року) і обумовлені низкою умов, висунутих банком. За цей час франчайзі не завжди може виконати свої кредитні зобов'язання, тому що здебільшого на розвиток франчайзингових систем потрібний значний термін. Багато хто вже має сформовану клієнтську базу і не зацікавлений в нових клієнтах [2].

Керівництво банків часто відмовляється від побудови складніших схем взаємодії, які вимагають від них набагато більшої активності та винахідливості, але при цьому отримують відносно менший поточний дохід.

Фактором, що гальмує розвиток малого і середнього бізнесу, особливо у промисловій сфері, є також проблема, пов'язана з чинною системою оподаткування. Податкова політика переважно має фіскальний, а не стимулюючий характер. Основні її недоліки полягають, по-перше, у надмірно високому рівні податків. Вони не стимулюють зростання виробництва, що в умовах його падіння є необхідним. По-друге, власне податкова система досить нестабільна. До того ж ряд податкових законів не має прямої дії, а доповнюється значною кількістю підзаконних актів, які нерідко змінюють мету власне законів. По-третє, існує значна кількість податків, у яких підприємець просто губиться. Ці причини роблять не вигідним виробництво багатьох конкретних товарів.

Зазначимо ще одну проблему, яка негативно впливає на розвиток

підприємництва, зокрема, франчайзингу. Вона пов'язана із загальною криміналізацією економіки, яка набуває стійкого характеру. Характерною рисою малого підприємництва залишається висока частка в ньому "тіньового" сектора. За різними даними, вона складає від 30 до 50% реального обороту всіх суб'єктів малого підприємництва [3]. З криміналізацією економіки особливої гостроти набуває проблема особистої безпеки підприємців.

Економічні проблеми франчайзингу зумовлені не тільки станом економіки, але і впливом інших проблем, насамперед організаційно-правових. Незважаючи на те, що франчайзинг – це економічний інструмент, і його проблеми передусім варто шукати в сфері економіки, в Україні стримування розвитку франчайзингу відбувається здебільшого у правовій сфері. Ці проблеми пов'язані з майже повною відсутністю правового забезпечення франчайзингу в Україні.

Серед проблем організаційного характеру відзначимо такі. Основні труднощі виникають ще на стадії створення підприємницьких структур і пов'язані з дозвільним характером цієї процедури. Законодавчими й особливо підзаконними актами передбачається безліч положень і правил, які істотно ускладнюють створення нових підприємств. Це стосується різних постанов, а також більшості дій органів влади і управління всіх рівнів. Також існують певні проблеми під час реєстрації, надання виробничих потужностей і приміщень, встановлення квот тощо.

Серйозні адміністративні бар'єри виникають у зв'язку із суб'єктивним розумінням і тлумаченням правових актів з боку місцевої влади, що призводить до свавілля та встановлення "своїх" правил входження в підприємництво.

Особливо важкою є процедура одержання ліцензії на підприємницьку діяльність, коли необхідно надавати не тільки численні довідки, дані, звіти та інші документи, але й сплачувати за завищеними тарифами послуги з оформлення установчих документів.

Створення і розвиток підприємництва, орієнтованого на виробництво, істотно ускладнює відсутність у політиці протекціонізму, чіткої орієнтації на підтримку саме цього виду діяльності. Немає належного стимулювання підприємницької діяльності у сфері матеріального виробництва, політики підтримки підприємництва в цілому, а не базових галузей, що зумовлює певні перекося у структурі його розвитку і не забезпечує максимально можливої ефективності економіки.

Відсутність повноцінної правової бази істотно звужує можливість розвитку франчайзингу і, насамперед, ускладнює можливість кредитування франчайзі.

Економічні, організаційно-правові проблеми франчайзингу дуже важливі, але не менше стримують розвиток франчайзингу і соціально-

психологічні проблеми, до яких можна віднести: відсутність вітчизняного досвіду й страх поразки в суб'єктів франчайзингової системи - франчайзера і франчайзі; відсутність належної поваги до інтелектуальної власності; ризик франчайзі втратити самостійність і власне імідж підприємця і менеджера.

Перша перешкода на шляху організаторів франчайзингових систем в Україні – це недостатність вітчизняного досвіду франчайзингу та страх підприємців-потенційних франчайзі, що франчайзингова система занепаде. Посилання на закордонний досвід сприймаються, як правило, досить скептично, через неможливість, на думку багатьох, його застосування в Україні, особливо в сучасних умовах.

Вирішити цю проблему можна лише шляхом ретельного вивчення й узагальнення вітчизняного досвіду франчайзингу як на вітчизняних підприємствах, так і в спільних проектах, причому як успішних, так і невдалих.

Дуже серйозною проблемою франчайзингу в нашій країні стає традиційна зневага до інтелектуальної власності. У нас цінується товар, що має матеріальну форму, а франчайзинг передбачає передання й оплату інтелектуальної власності, такої як: торгова марка, технологія виробництва, організація бізнес-процесів тощо. У бізнес-середовищі слід проводити тривалу й систематичну роботу, підкріплену правовими й економічними методами, перш ніж у країні почнуть поважати інтелектуальну власність, а без цього франчайзинг буде недостатньо ефективним. Одночасно повага до чужої інтелектуальної власності має поширюватися правовими методами (незалежно від її захисту).

Інша проблема, яка перешкоджає розвитку франчайзингу, пов'язана зі страхом деяких підприємств, які могли б виступити в ролі франчайзерів, передати право на використання своєї торгової марки іншим. Йдеться про їхню невпевненість у тому, що майбутній франчайзі буде використовувати їх торгову марку відповідно до договору, продаючи іншу продукцію під маркою франчайзера.

Істотною соціально-психологічною проблемою франчайзингу є побоювання підприємців-потенційних франчайзі втратити свій імідж. Природно, що входження до франчайзингової системи вимагає від франчайзі працювати за тими стандартами, які сформулював франчайзер. Однак робота у великій франчайзинговій системі дає франчайзі такий досвід, який він, за рідкісним винятком, не зможе придбати самостійно, і цей досвід компенсує всі інші витрати.

Серйозною проблемою, яка гальмує розвиток підприємницької діяльності, є відсутність необхідної достовірної інформації. Насамперед відчувається неолік інформації, що змушує здійснювати глибокий аналіз діяльності підприємницьких структур. Сама звітність підприємств далека

від повної реальності та прозорості.

Прагнення підприємницьких структур приховувати об'єктивну інформацію – явище не тільки українське. Воно має місце також в інших країнах. Так, у Франції приблизно кожне десяте підприємство приховує звітність, надаючи перевагу сплатити штрафи, аніж не розкривати повну інформацію про свою діяльність.

Обмежена і малопереконлива інформація не дає повної уяви про підприємство, що ускладнює взаємний вибір потрібних партнерів і встановлення між ними ефективних зв'язків. На наш погляд, доступ підприємств до інформації ускладнений через те, що її збором, обробкою і збереженням займаються багато структур. Інформаційне поле сьогодні має декілька рівнів [4, с.165]: загальнодержавний, де збором інформації займається Держкомстат України, інші загальнодержавні установи; відомчий, де збір інформації здійснюють галузеві міністерства, податкові служби, реєстраційні відомства; місцевий, де діють інформаційні служби обласних місцевих адміністрацій; комерційні інформаційні системи у формі різноманітних агентств, підприємницьких структур, які реалізують інформацію на основі комерційного попиту.

Внаслідок різнотипності працюючих інформаційних систем їх відомості часто суперечливі, а це ускладнює їх використання.

Гостра необхідність формування якісно нового інформаційного середовища диктується не тільки внутрішніми потребами розвитку українського підприємництва, але і тим, що її недосконалість ускладнює вихід останнього на міжнародний рівень.

Підводячи підсумок аналізу проблем франчайзингу, дійдемо висновку, що для розвитку франчайзингу в Україні є досить широкі можливості. Проте для реалізації цих можливостей необхідно створити певні умови. Потрібна законодавча ініціатива з розроблення закону про франчайзинг і внесення відповідних змін у пов'язані з ним закони і нормативні акти. Необхідне включення в урядову програму заходів з підтримки малого підприємництва системи розвитку франчайзингу. Дуже важливим є створення системи податкових пільг для франчайзі, особливо на початковому етапі розвитку франчайзингової системи, застосування франчайзі спрощеної системи бухгалтерського обліку, створення мережі навчально-консультаційних центрів з франчайзингу, не тільки в центрі, але і по всій Україні.

Список використаних джерел:

1. Особености национального франчайзинга // Штрижкод. - №3. - 2004. - С.51-55.
2. Цысарь А. Связь с потребителем в розничных сетях // Новый маркетинг. - 2002. - №10. - С.61-70.
3. Андрощук Г., Денисюк В.А. Франчайзинг: международный опыт, экономические показатели, практика регулирования // Стратегія економічного розвитку України: Наук. зб. - Вип. 5 (12) . - К.: КНЕУ, 2002. - 78-93.
4. Відомості Верховної Ради України. - 1997. - №21. - С.156.