

М. О. Козачук, директор департаменту
масової роботи і комунікацій,
Асоціація франчайзингу України

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ІННОВАЦІЙНА ФОРМА ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КАПІТАЛУ

Розвиток підприємництва в Україні ставить перед власниками компаній різні завдання, а також стимулює їх до впровадження передових методів залучення інвестицій. Одним з таких методів є франчайзинг.

Почувши термін «франчайзинг», люди часто замислюються: «можливо, це певний тип ядерної реакції чи новий елемент хімічної системи Менделєєва...?» Справді, це поняття досить «молоде» для вітчизняного ринку. Але не так все складно, як здається на перший погляд.

Франчайзинг у широкому сенсі розуміють, як надання технологій, методик ведення бізнесу, торгової марки для користування іншому суб'єкту господарювання з метою розширення торгової мережі та отримання прибутку.

Франчайзинг — це відносини, які виникають між незалежними суб'єктами підприємництва (юридичними особами та фізичними особами — підприємцями). В цих відносинах одна сторона — франчайзер, що має власну вже ефективно функціонуючу систему підприємницької діяльності, намагаючись розширити власну діяльність (наприклад, збільшити кількість точок збуту товарів та послуг), але при цьому не володіє достатнім капіталом, дозволяє іншому незалежному підприємцю (франчайзі) здійснювати даний вид підприємницької діяльності, використовуючи систему ведення бізнесу, торгові знаки франчайзера за винагороду (вступний платіж, роялті) [1].

Щось подібне до того, що сьогодні називають франчайзингом, існувало ще за давніх часів. Це була система, відповідно до якої надавалися певні права чи делегувалися визначені повноваження в обмін за плату. Прикладом такого «франчайзингу» може слугувати баронська система в Англії [2], коли король надавав права баронам щодо збору і підрахунку податків.

Сьогодні франчайзинг — це підприємницька діяльність, згідно з якою на договірній основі одна сторона (франчайзер) передає іншій (франчайзі) за винагороду на визначений строк або без такого: право користування торговою маркою; знака обслуговування; фірмового (торгового) найменування; послуг; технологічного процесу та спеціалізованого обладнання; ноу-хау та комерційної інформації, що охороняється законом; інших, передбачених договором, об'єктів права інтелектуальної власності [5].

Франчайзинг — це один із найнадійніших та стабільних методів залучення інвестицій. Спосіб залучення коштів залежить від виду франчайзингу, яким планує займатися підприємець. Це можуть бути і зовнішні, і внутрішні інвестиції.

Однією з основних переваг франчайзингу є те, що особа, яка має намір розпочати власну бізнесову діяльність, одержує можливість уникнути багатьох складностей, пов'язаних з початком нового бізнесу. Вона інвестує кошти в уже готовий бізнес, який потрібно лише розвивати. Франчайзер, як правило, надає франчайзі план з чіткими інструкціями щодо організації підприємства. При цьому надаються рекомендації відносно розміщення підприємства, якщо ці питання не були визначені заздалегідь [3].

При наданні франшизи на роздрібну торгівлю в багатьох випадках здійснюються маркетингові дослідження ринку, метою яких є прогнозування діяльності підприємства — франчайзі та одержання впевненості в тому, що нове підприємство досягне поставленої перед ним мети. Оцінка інтенсивності попиту, особливостей міської інфраструктури, демографічних тенденцій, темпів росту ділової активності в регіоні, рівень конкуренції тощо є важливою складовою при ухваленні рішення про те, де розмістити підприємство.

Основною перевагою для франчайзера є отримання зовнішніх інвестицій у розвиток власної мережі, якими є вступний платіж та роялті.

Франшиза — це хороший спосіб інвестувати в бізнес для підприємців, які не мають часу чи бажання придумувати і реалізовувати свої власні ідеї. Маючи певну суму коштів для інвестицій, можна доєднатися до вже існуючої франчайзингової мережі і розвивати свій бізнес в ній.

Для ілюстрації стану франчайзингу в Україні за 2009 рік хотілося б також презентувати експертне дослідження мереж в Україні, що проводиться Асоціацією франчайзингу спільно з її офіційним консультантом компанією Teamvision [4].

Таблиця 1

ФРАНЧАЙЗИНГОВІ МЕРЕЖІ В УКРАЇНІ [4]

Сегмент	Кількість галузей	Кількість брендів	Кількість франчайзерів	Кількість точок	К-ть франчайзингових точок
Торгівля	34	928	112	26 127	11 744
Послуги споживачам	22	230	50	4692	1745
Громадське харчування	13	225	44	2291	1278
Інформація	7	47	8	384	128
Послуги для бізнесу	7	58	17	2192	1847
Виробництво	6	19	6	114	58
Вендінг	5	15	8	6070	1144
Фінанси	4	11	2	555	63
Всього	98	1533	247	42 425	18 007

Як ми бачимо з таблиці 1, кількість франчайзингових точок на кінець 2009 року становить 18 тис., а це говорить про те, що розвивається малий і середній бізнес шляхом вкладення інвестицій у франчайзингові мережі.

Отже, можемо підвести підсумок і сказати, що франчайзинг — це можливість бути незалежним підприємцем і при цьому користуватися всіма перевагами ефекту масштабу і великого гравця на ринку.

Франчайзинг — це не просто нова форма бізнесу. Це новий сегмент нашого ринку. Це новий поштовх до розвитку малого та середнього бізнесу. Це Ваш шанс здійснити давню мрію — стати успішним підприємцем.

Література

1. *Никоненко К.* Наш франчайзинг — Ассоциация франчайзинга, 2008. — 42 с.
2. John Hamilton Pratt. Franchising: Law and Practice. — London: Sweet & Maxwell, 1999.- A24006.
3. Методическое пособие для начинающих франчайзеров., Ассоциация франчайзинга, 2008. — 50 с.
4. Газета спецвипуск к выставке «Франчайзинг 2009» «Мирь Франчайзинга» //Информационное ревю Ассоциации франчайзинга Украины — 2009. — № 28. — 8 с.
5. Сайт Асоціації франчайзингу України <http://www.franchising.org.ua/>