

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ВЛАСНОГО БІЗНЕСУ

доц. Хворост О.О., студент Кізенко О.М.

В період економічної кризи процес становлення та розвитку малого бізнесу відбувається в умовах різкого обмеження фінансових ресурсів, а також відсутності дієвої системи фінансування, кредитування і страхування підприємницької діяльності.

Необхідність ведення франчайзингового бізнесу в Україні зумовлена втратою ринків збуту багатьма вітчизняними підприємствами в умовах загострення конкуренції на внутрішніх ринках, відсутністю достатніх фінансових можливостей для запровадження нових технологій у виробництво, неконкурентноспроможністю порівняно з іноземними фірмами.

Одним з напрямів покращення ринкового становища малих підприємств є робота за договором франчайзингу. Поширення франчайзингу в Європі та США науковці пояснюють тим, що для малих та індивідуальних підприємств франчайзинг надає в розпорядження стабільний прибутковий бізнес, для відомих фірм і компаній – можливість розширити й усталити свої позиції на ринку.

При створенні свого бізнесу не обов'язково витратити час і кошти на створення велосипеда – достатньо просто купити готову франшизу. Звичайно, прийдеться заплатити засновникам діючої мережі, але взамін можна швидко та без жодних проблем отримати доступ до вже готових бізнес-рішень, лояльності споживачів і позбавити себе можливості допуститись помилок.

Суть франшизи полягає в тому, що в обмін на переваги використання успішного бізнесу, торгової марки, ноу-хау, комерційної таємниці, репутації та інших нематеріальних активів франчайзі ділиться з франчайзером частиною свого прибутку і незалежності. Для франчайзера ця система представляє собою спосіб експансії свого бізнесу, для франчайзі – це спосіб організації власного бізнесу з мінімальним ризиком. Франчайзинговий бізнес за своєю суттю є інноваційним та вигідним.

Згідно дослідженням Міжнародної асоціації франчайзингу, в світі менше 8% франчайзингових підприємств виявляються нежиттєздатними, тоді як в середньому 90% знову створених незалежних компаній припиняють своє існування протягом перших трьох років роботи. Середня рентабельність інвестицій за перші 10 років роботи для незалежних підприємств складає близько 300%, а для франчайзі - більше 600%.

До останнього часу франчайзінг був синонімом підприємств громадського харчування фаст-фуд типу «McDonald's». Але зараз

франчайзінг проник і в інші галузі. В США, де франчайзінг розвинений більш ніж де б то ні було, франчайзінговим бізнесом охоплено як мінімум 65 секторів: ресторани швидкого харчування, оренда машин, друкарські та копіювально-розмножувальні послуги, мережі готелів і мотелів, послуги з підбору персоналу і тимчасових працівників, туристичні агентства, продаж через торгові автомати. В США франчайзінг розвивається також у будівництві, фармацевтиці, оптиці, бухгалтерії та страхуванні. Досвід США показує, що щорічний валовий прибуток більш ніж 800 тис. франчайзінгових підприємств перебільшив \$1 трлн., і сьогодні американські компанії вважаються головними експортерами франчайзінгових брендів.

Франчайзінг поширився по всьому світу, на різних стадіях розвитку він діє в 140 країнах. Могутніми гравцями в цьому бізнесі стали брендові компанії Канади, Франції, Німеччини, Японії, Великобританії, Австралії. Кожні вісім хвилин в світі народжується один франчайзі. Перш за все, тому що ефективність таких компаній в півтора-два рази вище за звичайні підприємства. Середньостатистичні дані по Великобританії свідчать, що кожний вкладений фунт стерлінгів приносить через вісім років шість фунтів прибутку (тоді як звичайні підприємства - три).

Досліджуючи проблеми та перспективи розвитку франчайзингу в Україні слід зазначити, що франчайзинг тут має широкі перспективні можливості для розвитку.

Розвиток франчайзингу є однією з найефективніших форм підтримки підприємництва, будь-який успішний бізнес можна перетворити у франшизу. Однією з основних рис українського франчайзингу є присутність іноземного елемента. Однак, ця тенденція останнім часом змінюється. З'являються успішні українські аналоги. Відповідно до даних стану ринку щодо франчайзингу в Україні в 2009 році налічується більше двохсот франчайзінгових мереж. Значне місце серед них займають вітчизнані бренди. Одним з першопроходців франчайзінгу в Україні стала львівська компанія «Системи швидкого харчування» (FFS), що запустила мережу ресторанів швидкого обслуговування «Піца Челентано» (1998 рік). Пізніше вона стала розвивати ще три франчайзінгові мережі закладів швидкого обслуговування: «Картопляна хата», «Кафе Пункт» і ресторани японської кухні «Япі». За 7 років мережа піцерій поповнилася 75 франчайзінговими підприємствами.

Двома найголовнішими чинниками, що визначають подальший розвиток франчайзингу, є пошкваллення в економіці (або відсутність такого), а також продовження зростання сфери обслуговування, на якій в основному і зосереджений франчайзінг. З іншого боку, зростання конкуренції може примусити деяких висококваліфікованих фахівців, які планують започаткувати власну справу, замислитися щодо придбання франшизи як альтернативного способу організації власного бізнесу.