

Міністерство освіти і науки України
Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка

Економічний факультет

Кафедра економіки підприємства

ДИПЛОМНА РОБОТА **магістра**

на тему: **«ФРАНЧАЙЗИНГ У РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ:
СУЧАСНИЙ СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ»**

Виконав: студент 2 курсу денної форми навчання
спеціальності 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
освітня програма Підприємництво і торгівля
Кошельник Василь Петрович

Науковий керівник:

к.е.н., доцент

Свідер О. П.

Рецензент:

к.е.н., ст. викладач

Буторіна В. Б.

м. Кам'янець-Подільський
2019 р.

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФРАНЧАЙЗИНГУ	7
1.1. Франчайзинг як економічна категорія	7
1.2. Основні форми та види франчайзингу	17
1.3. Особливості укладення договору франчайзингу	25
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТЗОВ «ГЕРМЕС» ...	38
2.1. Загальноекономічна характеристика діяльності ТзОВ «Гермес»	38
2.2. Аналіз стану і проблем розвитку франчайзингу в Україні	49
2.3. Передумови для впровадження франчайзингу на підприємстві ТзОВ «Гермес»	62
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ І ВПРОВАДЖЕННЯ КОНЦЕПЦІЇ ФРАНЧАЙЗИНГУ ТЗОВ «ГЕРМЕС»	66
3.1. Зарубіжний досвід впровадження франчайзингу на прикладі «Starbucks»	66
3.2. Впровадження концепції франчайзингу на підприємстві «Гермес»	70
ВИСНОВКИ	85
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	87
ДОДАТКИ	93

ВСТУП

Актуальність теми. Франчайзинг, як специфічна форма ведення бізнесу, застосовується у всіх країнах з розвинутою ринковою економікою. Не так давно він з'явився і в Україні, як метод масштабування бізнесу йому зовсім небагато років, і як будь-яке молоде явище, яке ще перебуває в підлітковій фазі, воно завжди проявляє себе з двох сторін.

Франчайзинг являє собою високоефективну форму організації діяльності. При цьому він виступає як форма тривалого ділового співробітництва, в процесі якого велика компанія або компанії середнього бізнесу надає малому бізнесу або групі підприємців ліцензію (франшизу) на виробництво продукції, торгівлю товарами або надання послуг під торговою маркою даної компанії на обмеженій території, на термін і умовах, визначених договором. Франчайзинг є перспективною діловою моделлю для підприємств сфери послуг, де велике значення має контроль і уніфікація технологічних, виробничих і адміністративних процесів.

Слід взяти до уваги ту обставину, що в даний час розвиток вітчизняного підприємництва, в першу чергу малого, ускладнюється значними комерційними ризиками. Але організація підприємства на умовах франшизи значно знижує такі ризики, так як в цьому випадку відбувається використання уже відпрацьованого і довішеного своєю ефективністю бізнесу. Таким чином, розвиток франчайзингу в Україні може виявитися однією з найбільш ефективних форм підтримки не тільки малого, а й середнього підприємництва, так як, купуючи готовий бізнес, франчайзі завойовує певну нішу, що значно мінімізує його підприємницький ризик і гарантує певну стабільність в отриманні доходу.

Актуальність і багатоаспектний характер проблем франчайзингу зумовили інтерес до нього з боку вчених. Серед зарубіжних авторів, які проводили дослідження проблем франчайзингу, істотний внесок в розробку названої тематики внесли Д. Стенворт[29], Б. Сміт[29], Я. Мюррей[2], Ж. Адамс, Ж. Дельтей[30], Д. Хайфілд[31], М. Мендельсон[32], Г. Бойд[33], Р.

Балді[34], В. Гамільтон[35], Я. Мейтланд[36]. Величезні заслуги в розробці також загальних проблем франчайзингу таких українських і російських вчених, як З. Опейда[15], Г. Андрощук[16], В. Денисюк[17], А. Цірат[18], І. Килимник[20], Я. Сидоров[21], М.Бердинець[22], З.Варналій[23], О.Суховатий[24], І. Рикова[25], Н. Месяшна[26], С. Сосна[27], Є. Васильєва[27], які значно розширили уявлення про різні сторони франчайзингу.

Таким чином, актуальність даної проблеми, ступінь її наукової розробленості і безсумнівна практична значущість використання франчайзингу в українській економіці визначили вибір теми, мету і завдання дипломної роботи.

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є розкрити сутність франчайзингу, розглянути можливості й передумови впровадження франчайзингу на торговельному підприємстві.

Для досягнення зазначеної мети поставлено і вирішено наступні завдання:

- дослідити сутність франчайзингу як категорії;
- розглянути основні форми та види франчайзингу;
- проаналізувати особливості укладення договору франчайзингу;
- дати загальноекономічну характеристику ТзОВ «Гермес»;
- провести аналіз стану і проблем розвитку франчайзингу в Україні;
- визначити передумови для впровадження франчайзингу на підприємстві ТзОВ «Гермес»;
- проаналізувати зарубіжний досвід впровадження франчайзингу на прикладі «Starbucks»;
- розробити програму щодо впровадження концепції франчайзингу на підприємстві «Гермес».

Об'єктом дослідження є франчайзинг у роздрібній торгівлі України.

Предметом дослідження є сукупність економічних відносин, що

виникають в процесі становлення і розвитку франчайзингу в Україні як способу ведення підприємницької діяльності.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною основою дослідження стали наукові роботи вітчизняних і зарубіжних вчених у сфері франчайзингу. В процесі дослідження використано наукові методи: теоретичне узагальнення – для визначення теоретичних основ і напрямів дослідження; теоретичного пошуку – для дослідження наукової проблематики та вивчення досвіду зарубіжних і вітчизняних науковців; логічного узагальнення та абстрагування – для уточнення понять «франчайзинг» та «ліцензування»; метод порівняння, метод дедукції – для зіставлення класифікацій франчайзингу; графічний – для наочного представлення результатів аналізу діяльності підприємства; економіко-математичний, розрахунково-аналітичний, візуально-графічний методи – для аналізу фактичного стану ринку франчайзингу України.

Інформаційну базу дослідження склали офіційна інформація Державної служби статистики України, дані статистичної та фінансової звітності підприємства, інформація з мережі Internet, періодичні наукові видання, монографії вітчизняних і зарубіжних авторів, власні аналітичні розрахунки автора.

Елементи наукової новизни одержаних результатів:

узагальнено:

- поняття «франчайзингу» як форму господарської інтеграції малого та крупного бізнесу, що заснована на довгостроковому співробітництві двох або декількох незалежних господарюючих суб'єктів, при якій крупна компанія надає на платних умовах індивідуальному підприємцеві або групі підприємців право використовувати у підприємницькій діяльності комплекс виключних прав, а також здійснює технічну, маркетингову та консультаційну підтримку протягом терміну дії договору франчайзингу;

- відмінності між поняттями «франчайзинг» та «ліцензування», а також між різними видами франчайзингу;

одержали подальший розвиток:

- теоретико-методологічні підходи до вивчення франчайзингу як форми розвитку підприємництва;

- система знань про особливості та тенденції розвитку франчайзингу в Україні з властивими йому суперечностями;

запропоновано:

- програму розвитку підприємства шляхом створення франшизи, яка забезпечить вигідне співробітництво як для франчайзера, так і для франчайзі.

Практичне значення одержаних результатів полягає у тому, що матеріали дослідження орієнтовані на можливість їх практичного застосування у діяльність підприємств роздрібної торгівлі.

Апробація результатів дослідження. Результати дослідження апробовані на VI науково-практичній конференції студентів та молодих вчених «Сталий розвиток України: проблеми та перспективи» (м. Кам'янець-Подільський, 10-11 квітня 2018 року).

Структура дипломної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел і додатків. Загальний обсяг роботи становить 92 сторінки, основний текст – 84 сторінки. Список використаних джерел нараховує 77 найменувань на 6 сторінках.

ВИСНОВКИ

У процесі виконання дипломної роботи мета була досягнута, а завдання вирішені. На основі проведеної роботи можна зробити наступні висновки:

1. Узагальнюючи дані дослідження, можна виділити наступні підходи до розуміння сутності франчайзингу: – форма організації підприємницької діяльності; – вид ділового співробітництва; – особливий вид ліцензування; – форма співпраці великого і малого підприємництва; – спосіб просування та збуту товарів і послуг; – процес створення, підтримки і розвитку франшизної системи. Вищезазначені підходи до визначення франчайзингу є правильними, проте, не в повній мірі відображають економічну сутність та значення франчайзингу враховуючи сучасні реалії розвитку ринкових відносин. Так, наприклад, досить часто у визначеннях авторів упускається фінансовий аспект взаємозв'язків франчайзера і франчайзі, який насправді є одним з найважливіших. В інших визначеннях авторами в недостатній мірі розкриваються юридичні складові взаємовідносин сторін, а також не зазначаються маркетингові аспекти таких взаємовідносин.

2. У зв'язку з великою різноманітністю форм і видів франчайзингової діяльності була наведено їх класифікацію. Класифікація дозволяє:

- визначити роль і місце форм і видів франчайзингу в підприємницькій діяльності;
- цілеспрямовано вибрати найбільш ефективну форму або вид взаємин з кожним окремим партнером при створенні франчайзингового підприємства.

3. Специфіка предмета договору у відносинах франчайзингу зумовлює необхідність передачі франчайзі не тільки самого права у виді ліцензії, але і практичної можливості користуватися ним. У більшості випадків для цього необхідні передача технічної документації, робочих інструкцій, постачання устаткування і матеріалів, навчання франчайзі методам роботи, наступне надання консультативної допомоги. Усі ці питання повинні бути зазначені в

договорі. Якщо програма практичної допомоги франчайзі є досить об'ємною, вона може бути винесена з основного тексту договору в додаток, який повинен бути невід'ємною складовою частиною договору.

4. Здійснена загальноекономічна характеристика ТзОВ «Гермес» дозволяє говорити про широкий асортимент продукції, постійний попит, швидкий оборот вкладень, що відповідає особливостям ринку харчової продукції. Підприємство є фінансово стабільним, але проведений аналіз основних показників, показав, що чистий прибуток в порівнянні з попереднім роком скоротився.

5. Проаналізувавши сучасне становище франчайзингу в Україні можна впевнено сказати про великий потенціал даного напрямку. Надзвичайно вигідна економічна модель франчайзингу, яка охоплює одразу малий, середній і великий бізнес свідчить про створення позитивного економічного ефекту на економіку України в цілому.

6. Провівши внутрішній аналіз та оцінивши показники господарської діяльності виявлено ряд недоліків в управлінні підприємством, що зумовлює говорити про передумови для впровадження системи франчайзингу на ТзОВ «Гермес». Наведено переваги використання франчайзингу як для франчайзера, так і для франчайзі.

7. Прийнятний зарубіжний досвід свідчить, що франчайзинг набув високої популярності в Україні, завдяки простоті впровадження та ведення даного виду бізнесу, а також завдяки франчайзингу розвивається економіка держави. В Україні спостерігається доволі гарна тенденція розвитку франчайзингу завдяки зарубіжним компаніям, які в свою чергу діляться досвідом і впроваджують інвестиції в Україну, але через недосконалість законодавчої бази та незахищеність франчайзерів, в країні франчайзинг розвинений не у всіх галузях економіки.

8. На основі виявлених недоліків в роботі ТзОВ «Гермес» запропоновано програму розвитку підприємства на умовах франчайзингу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Сидоров Я. Франчайзинг – нова договірна форма здійснення бізнесової діяльності в Україні. *Цивільне право*. 2003. № 3. С. 34-36.
2. Мюррей Я. Франчайзинг: типы франшизы, где достать финансы, как добиться успеха. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 144 с.
3. Устюжанин О. О. Франчайзинг в зарубежных странах. Москва: МАКСПресс, 2007. С. 276-299.
4. Данніков О. Проблеми побудови та функціонування франчайзингових систем в Україні. *Маркетинг в Україні*. 2008. № 5. С. 62-69.
5. Дахно І. І., Бабіч Г. В., Барановська В. М., та ін. Зовнішньоекономічний менеджмент: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2012. 568 с.
6. Липчук В. В., Дудяк Р. П., Бугіль С. Я., Янишин Я. С. Маркетинг: навч. посіб. Львів: Магнолія 2006, 2012. 456 с.
7. Васильєв Є.О. Франчайзинг як форма ведення бізнесу. *Суспільство XXI століття: оптимізація функціонування основних ланок (Дев'яті читання пам'яті В'ячеслава Липинського)*: всеукр. студент. наук.-практ. конф. (м. Луцьк, 27 квітня 2006 р.). Луцьк: Волинська обласна друкарня, 2006. С. 11-15.
8. Гудзь О. Договір франчайзингу: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні. *Людина і політика*. 2003. № 1. С. 129-136.
9. Кузьмін О.Є., Мирончук Т.В., Салата І.З., Марчук Л.В. Франчайзинг: навч. посіб. Київ: Знання, 2011. 267 с.
10. Кабакова Е. Особенности финансирования франчайзинга. *Финансовая консультация*. 2004. № 23-24. С.4-24.
11. Рудашевський В. Д., Фурщик М. А. Оптимальная стратегия развития франчайзинговой системы. *Экономика и математические методы*, 1998. Т. 34, Вып. 2. С. 90-98.
12. Легейда Е. Франчайзинг: новая форма организации бизнеса. *Бизнесинформ*. 1996. №8. С. 26-29.

13. Дыбач И.Л. Систематизация форм экономической интеграции небольших предприятий. *Актуальні проблеми економіки*. 2009. Випуск 2. С.70-78.
14. Новосельцев О.В. Оценка коммерческой концепции. *Бизнес Гид*. 2003. №4-6. С. 3-6.
15. Опейда З. Франчайзинг чи комерційна концесія? URL: <http://www.yur-gazeta.com/ARTICLE/379/> (дата звернення: 15.01.2018).
16. Андрощук Г. А. Денисюк В. Франчайзинг: определение, преимущества, перспективы. *Бизнес Информ*. 1997. № 9. С. 10-15.
17. Андрощук Г. А. Денисюк В. Франчайзинг: особенности, типовые структуры, задачи развития. *Инновационный менеджмент*. 1996. № 11. С. 49.
18. Цират Г. В. Франчайзинг: розвиток у світі та в Україні. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. Київ, 2012. Вип. 13. 105 с.
19. Цират А.В. Франчайзинг и франчайзинговый договор: учеб.-практ. пособ. Киев: Истина, 2002. 240 с.
20. Килимник І. І. Правове регулювання франчайзингу в Україні. *Вісник університету внутрішніх справ*, 1999. Вип. 6. С. 211-214.
21. Сидоров Я. О. Франчайзинг та франчайзингова угода: деякі концептуальні положення. *Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України*, 2003. №1(20). С. 37-41
22. Бедринець М. Д. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі: навч. посіб. Київ: Центр учбової літератури, 2016. 352 с.
23. Варналій З. С. Основи підприємництва: навч. посіб. Київ: Знання-Прес, 2009. 285 с.
24. Суховатий О. В. Особливості реалізації франчайзингу в Україні. *Проблеми науки*. 2007. № 2. С. 14-18.
25. Рыкова И. В. Франчайзинг: новые технологии, методология, договоры. Москва: Современная экономика и право, 2000. 224 с.
26. Месяшная Н. В. Что такое франчайзинг? *Основы государства и права*. 1999. №2. С.14-19.

27. Сосна С. А. Франчайзинг: коммерческая концессия. Москва: Академкнига, 2005. 375 с.
28. Бедринець М. Д. Франчайзинг: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні. *Фінанси України*. 2001. №2. С. 96-104.
29. Стенворт Дж., Смит Б. Франчайзинг в малом бизнесе / пер. с англ. Л. Н. Павловой. Москва: ЮНИТИ, 1996. 200 с.
30. Дельтей Ж. Франчайзинг / пер. с фр. В. А. Петрова. Санкт-Петербург: Нева, 2003. 125 с.
31. Hadfield G. K. Problematic relations: franchising and the law of incomplete contracts. *Stanford law review*, 1990. Т. 42. № 4. Р. 958.
32. Мендельсон М. Руководство по франчайзингу: учеб. пособ. Москва: Сибли Интернэшнл, Инк, 1995. 121 с.
33. Boyd H.W. Marketing research: Text and cases. London, 1972. 617 p.
34. Baldi R. Le droit de la distribution commerciale dans e' Europe communautaire. Kluwer. Bruxelles, 1989.
35. Hamilton W. H. The Institutional Approach to Economic Theory. *American Economic Review*. 1919. № 9. Р. 309-318.
36. Maitland I. Franchising – a Practical Guide for Franchisors and Franchisees. USA: Mercury, 1991. 182 p.
37. David D. Seltz. The complete handbook of franchising. Reading, MA. Addison: Wesley Publishing, Co., 1982. P. 27.
38. Laurent Ph., Basset G. Droit du marketing. Aspects juridiques de la mercatique. Eyrolles. Paris, 1989. P. 113-120.
39. Бланк И. Основы финансового менеджмента. Киев: Эльга; Ника-Центр, 1999. Т. 1. 479 с.
40. Руднев Ю. Франчайзинг: преимущества и риски. *ММ. Деньги и технологии*. 2002. № 12. С. 52-56.
41. Проект Закону про франчайзинг № 8241 від 08.11.2001. URL: http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?skl=4&pf3516=8241 (дата звернення: 04.03.2018).

42. Ляшенко В. И. Развитие франчайзингового режима в Украине. *Вісник економічної думки України*, 2013. № 1. С. 79-85.
43. Львова І. Франчайзинг в Україні. *Все для бухгалтера в торгівлі*. Київ, 2010. 245 с.
44. Сайт асоціації франчайзингу. URL: <http://www.franchising.org.ua/> (дата звернення: 15.04.2018).
45. Franchising.ua портал ідей для бізнесу. URL: <http://franchising.ua/franchise-basics/3> (дата звернення: 18.04.2018).
46. Силинг С. А., Майлер А. З., Ерошкина Т. Г. Практикум по франчайзингу: для российских предпринимателей. Санкт-Петербург: Фонд развития науки, 1997. 206 с.
47. Забродин В. Региональная экспансия и франчайзинг как средство выхода на новый рынок. *Торговое дело*. 2005. № 7. С. 32-39.
48. Солодченко І. Купіть фірмі обличчя. Договори франчайзингу: податковий і бухгалтерський облік. *Дебет-кредит*. 2003. № 32. С. 19-24.
49. Холленсен С. Глобальный маркетинг / пер. с англ. Е. Носовой, К. Юрашкевича. Минск: Новое знание, 2004. 832 с.
50. Цимбал Л. Л. Зарубіжний досвід фінансування малого і середнього бізнесу. *Фінанси України*. Київ, 2014. № 5. 351 с.
51. Оболенська Т.Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний і зарубіжний досвід. Київ: КНЕУ, 2012. 208 с.
52. Ангелин Д. Из жизни McDonald's: маленькие слабости больших корпораций. *Бизнес*. 2005. № 1-2. С. 70-73.
53. Андрощук С. Твердая выгода мягкого франчайзинга. *Компаньон*. 2002. № 26 (282). С. 42-44.
54. Карягін Ю.О., Тимошенко З.І., Демура Т.О., Мунін Г.Б. *Маркетинг тур продукту*: підруч. Київ: Кондор, 2009. 394 с.
55. Шишка Р. Договор франчайзинга. *Бизнес-информ*. 1996. № 5. С. 8-12.

56. Паніна Ю. С. Правове регулювання договору франчайзингу в Європейському Союзі та Україні: дис. ... канд. юр. наук: 12.00.03. Івано-Франківськ, 2017. С. 97-98.
57. Майлер А.З., Куликов С.А. Пособие по франчайзингу. Москва: Российская ассоциация развития франчайзинга (РАФ), 2001. С. 13.
58. Гритченко Ю.О. Сравнительная характеристика законодательств о франчайзинге некоторых стран. *Актуальные проблемы гуманитарных и социальных наук*. Вильнюс: ЕГУ, 2007. С. 94-115.
59. Дмитришин В.С. Міжнародний досвід правового регулювання відносин у сфері інтелектуальної власності. *Актуальні проблеми держави і права*, 2010. Вип. 53. С. 456-463.
60. Цивільний кодекс України. Закон України від 16.01.2003 р. № 2491-VIII. *Відомості Верховної Ради України*, 2001, №40, Ст.1120.
61. Величко О. Л. Договір франчайзингу. Проблеми укладання. *Юридичний журнал*. 2010. № 1 (7). С. 75.
62. Климова С.В. Договор франчайзинга: анализ основных элементов. *Юрист*. 2009. № 12. С. 30-42.
63. Степанова Т. О. Формування правових засад франчайзинга в Україні. *Економіка та право*. 2009. № 3. С. 23-28.
64. Іолкін Я. Деякі аспекти правового регулювання договору франшизи. *Предпринимательство, хозяйство и право*. 2000. № 4. С. 27-40.
65. Загірняк М.В., Перерва П.Г., Маслак О.І. Економіка підприємства: магістерський курс: навч. посіб. Кременчук: Кременчуцька міська друкарня, 2015. 736 с.
66. Звіт «Франшизи в Україні стійкі до кризи». URL: http://franchisegroup.com.ua/media/files/Franchise%20Business%20Outlook%20Report_RUS_FINAL-2.pdf. (дата звернення: 05.04.2018).
67. Трегубов О. Тенденції поширення франчайзингових мереж в Україні. *Галицький економічний вісник*. 2013. №1. С.77-81.

68. Ногачевський О.Ф. Франчайзинг в Україні: вибір і купівля франшизи. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. №12. С.63-69.
69. Ляшенко В.И. Развитие франчайзингового режима в Украине. *Вісник економічної думки в Україні*. 2007. №1. С.79-85.
70. Грушко О. Перспективи розвитку франчайзингу в Україні. *Молода економіка*. 2002. №3. С.87-96.
71. Галушка Є.О. Особливості та перспективи розвитку франчайзингу в Україні. URL: http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2011/v2/NV-2011-V2_9.pdf. (дата звернення: 11.04.2018).
72. Островерха Л. Ю. Дослідження сучасного стану франчайзингу в Україні та світі. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 7. С. 122-126.
73. Про франчайзинг: аналітичний звіт. Офіційний сайт компанії Franchise Group. URL: <https://franchisegroup.com.ua/about-company/franchising/> (дата звернення: 13.04.2018).
74. International Franchise Association. URL: <http://www.franchise.org>. (дата звернення: 17.04.2018).
75. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. (дата звернення: 19.04.2018).
76. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. URL: <http://www.me.gov.ua/>. (дата звернення: 19.04.2018).
77. Бехар Г. Дело не в кофе. Корпоративная культура Starbucks. Издательство: Альбина Паблишер. 2013. 186 с.