

Дорошенко Ольга, ФЕтаУ, 2 курс, ЕЕП-206

oldor-95@mail.ru

**РИЗИКИ У ФРАНЧАЙЗИНГОВІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЇХ МІНІМІЗАЦІЯ**

*Актуальність.*Будь-яка діяльність у сфері бізнесу пов'язана з багатьма ризиками, що можуть як принести підприємцю шалений прибуток, так і стати причиною банкрутства. Франчайзингові угоди мінімізують деякі види ризики такі як виробничі або фінансові, але також не гарантують повної стабільності на ринку. Через це дуже важливо правильно оцінити можливість укладання франчайзингової угоди та її засади, які б дійсно сприяли отриманню вигоди для обох сторін.

*Постановка проблеми*. Метою цієї статті є оцінка ризиків у франчайзинговій діяльності підприємств та їх особливостей в межах України. Виявлення шляхів мінімізації таких ризиків.

*Результати дослідження.*При укладанні франчайзингової угоди обидві сторони беруть на себе певні забов’язання, що мають на увазі виникнення певного роду ризиків в разі їх невиконання або неправильного їх тлумачення.

Серед ризиків, що погрожують діяльності франчайзера можна виділити такі:

1. неправомірне використання інтелектуальної власності франчайзі;
2. втрата матеріальних цінностей;
3. ризик неправомірного перерозподілу відповідальності;
4. ризик непокриття збитків;
5. ризик неотримання прибутку.

Для франчайзі ризики можуть мати дещо інший характер:

1. втрата самостійності у прийнятті управлінських рішень;
2. порушення територіальних умов (наприклад, коли неподалік від закладу франчайзі несподівано відкривається ще одна торгова точка під тією ж торговою маркою, яка належить франчайзеру або іншому франчайзі);
3. виникнення непередбачених витрат;
4. втрата права вибору постачальників;
5. втрата самостійності у ціноутворенні;
6. незаконне використання субфранчайзингу;
7. ризик несподіваного розірвання угоди [3].

Для того, аби уникнути ризиків з боку франчайзера, науковці пропонують певні заходи. Наприклад, надане франчайзі програмне забезпечення слід захищати від несанкціонованого доступу, не варто розкривати користувачеві повну стратегію розвитку бізнесу й конкретні маркетингові або рекламні плани.

Перш ніж укладати договір, слід ретельно перевірити репутацію майбутнього партнера і встановити наявність у нього ліквідних активів. Якщо франчайзі володіє нерухомістю, варто максимально ускладнити її несанкціонований продаж. Також доцільно при укладанні договору передбачити "страховий внесок", адекватний вартості переданого франчайзі майна, що повертається, якщо останній виконав усі умови договору[2].

Задля уникнення ситуації, коли за неякісно надані франчайзі послуги відповідальність накладається на франчайзера, необхідно проводити постійний та ретельний контроль за продукцією, що виробляється або реалізується франчайзі, якістю послуг, що надаються.

Час та практика довели, що слід проводити періодичний аудит ведення господарської діяльності франчайзі та допомагати йому консультуванням, щоб мінімізувати ризик неотримання прибутку через незадовільний стан справ франчайзингового підприємства. Також пропонується у договорі передбачити обов'язковий моніторинг співробітниками франчайзера найнятого франчайзі персоналу[6].

Для того аби уникнути ризиків для франчайзі, бажано максимально розширити можливість останнього самостійно приймати деякі рішення, вирішувати оперативні господарські питання без узгодження з франчайзером.

Щодо порушення територіальних прав, то у договорі слід чітко визначити територію, на якій не можуть відкриватися інші торгові точки, що використовують той самий торговий знак, аби мінімізувати ризик втрати доходів через конкуренцію[4].

Щоб мінімізувати ризик виникнення непередбачених платежів слід чітко і зрозуміло для обох сторін визначити порядок формування й перерахування всіх платежів, , або вказати їх максимальний розмір.

Треба визначити можливість франчайзі проводити закупівлі товарів у різних постачальників, за умови, що пропонована продукція буде перевірена на відповідність вимогам франчайзера.

В Україні будь-які закріплені в договорі цінові рамки продукції, що продається, або послуг, що надаються, немають юридичних підстав, оскільки в ст. 1122 Цивільного кодексу [1] зазначено, що умови договору концесії, за якою франчайзер має право визначати ціну товару, незаконні. Отже, вимоги франчайзерафранчайзі виконувати не зобов'язаний, хоча франчайзер може надавати рекомендації щодо ціноутворення.

На останок дуже важливо ретельно визначити умови розірвання, договору.

В Україні франчайзинг є високоприбутковим рентабельним бізнесом, який створює нові робочі місця. Тому є економічно вигідним для держави.

На жаль є дуже багато факторів в нашому законодавстві та стані економіки, які збільшують ризики для франчайзингового підприємництва: необізнаність українських підприємців з основними принципами ведення бізнесу на умовах франчайзингу (велика кількість власників компаній просто не розуміють різницю між філіальною та франчайзинговими мережами); відсутність відповідної законодавчої бази, у тому числі по оподатковуванню такої форми ведення бізнесу [7]; відсутність практики апробації бізнесу[5]; значна вартість франшизи, порівняно з купівельною спроможністю покупців, складні бар’єри організації та ведення бізнесу; нестача фінансових ресурсів у підприємців – потенційних франчайзі та інші.

*Висновки.* Проаналізувавши перелік ризиків, можна сказати, що цей список не є вичерпним і поновлюється з кожною новою укладеною франчайзинговою угодою. Запропоновані заходи акцентують увагу на деяких важливих аспектах франчайзингових угод та франчайзингової діяльності в цілому. Але уваги та ретельного контролю потребують абсолютно всі пункти та умови франчайзингового договору та дії і заходи, здійснювані як франчайзерами, так і франчайзі. Поки не будуть вирішенні проблеми здійснення франчайзингової діяльності в Україні, що мають нормативно-правовий та економічний характер, українські франчайзери та франчайзі будуть потребувати висвітлення притаманних франчайзингу ризиків і визначення методів протидії. Ця проблема має вирішуватися своїм власним шляхом, тому що запозичення досвіду інших країн не дасть бажаних результатів в умовах української економіки та правового забезпечення.

**ЛІТЕРАТУРА**

1. *Цивільний кодекс України / Верховна Рада України. – К. : Ин юре, 2011.*
2. *Корольчук О.П. Франчайзинг (теорія, методологія, практика): Навчальний посібник. – К.:Київ. Нац. торг.-екон. у-н, 2006. – 207с.*
3. *Мюррей Я. Франчайзинг / Пер. с англ. к.э.н. К.Любимова. –СПб.: Питер, 2004. –[с. 144]*
4. *Rubin P. The Theory of the Firm and the Structure of Franchise Contract / P. Rubin // Journal of Law and Economics. – 1978. – [с. 223 – 233].*
5. *ГригоренкоТ.М.Теоретичні та практичні аспекти франчайзингу в роздрібній торгівлі // Формування ринкових відносин в Україні. – 2012. - № 8. – С. 120-127*
6. *КорсакВ.Франчайзинг ефективний спосіб організації роздрібної торгівлі та стимулювання розвитку економіки регіонів // Економіст. – 2012. - № 8. – С. 60-65*
7. *Ногачевський О. Франчайзинг в Україні: проблеми та перспективи // Економіст. – 2010. - № 3. – С. 22-25*