

БУХГАЛТЕРСЬКИЙ АСПЕКТ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ОПЕРАЦІЙ

В сучасних умовах розвитку ринкових відносин, що характеризуються високим рівнем конкурентної боротьби, нестабільністю економіки та складністю доступу до фінансових ресурсів, існує необхідність використання новітніх моделей розвитку малого та середнього бізнесу. Як показує світовий досвід, однією з найпрогресивніших і наймасовіших є використання франчайзингової бізнес-моделі. Її сутність полягає в тому, що одна сторона (франчайзер), власник відомої торгової марки, комерційної таємниці, ділової репутації чи іншого нематеріального активу, надає право користування даними активами іншій стороні (франчайзі), на певних умовах, що визначені в договорі франчайзингу.

Франчайзинг в Україні почав розвиватися з початку 90-х років, піонерами на вітчизняному ринку, що стали просувати свій бренд стали “Coca-Cola”, “McDonald’s”, “Kodak Express” та інші. Але масового розповсюдження даний вид бізнесу набув з 2006 року. На сьогодні, на українському ринку представлено близько 500 франчайзерів у різноманітних галузях, основними з яких є ресторани швидкого харчування (фаст-фуд), готельний бізнес, торгівля продуктами харчування, послуги оренди автомобілів та управління нерухомістю.

Аналізуючи сутність франчайзингових операцій, можна виділити ряд відмінних характеристик, що впливають на систему бухгалтерського обліку:

– наявність, як мінімум, двох суб’єктів господарської діяльності, франчайзера (власника торгової марки, ноу-хау, комерційної таємниці, чи іншого нематеріального активу, який готовий надати право користування даними активами) і франчайзі (суб’єкта господарювання який хотів би використовувати дані активи, та готовий сплатити певну суму за дані права);

– франчайзер, будучи власником комплексу прав на нематеріальні активи, передає дані права франчайзі на умовах, що зазначені в договорі;

– франчайзі, використовуючи торгову марку франчайзера, зобов’язується функціонувати відповідно до всіх вимог передбачених в операційному підручнику;

– франчайзер зобов’язується усіяко підтримувати франчайзі, надаючи усякого роду консультації, проводить навчання персоналу, але в той же час залишає за собою право регулювати діяльність франчайзі з метою дотримання усіх стандартів, підвищення ділової репутації торгової марки на ринку;

– франчайзі, хоча і користується усілякими послугами франчайзера, але залишається самостійним суб’єктом господарювання, з окремим власником та відокремленим веденням бухгалтерського обліку.

В обмін на право користування комплексом прав на нематеріальні активи, франчайзі зобов’язується сплачувати винагороду франчайзеру у вигляді роялті, паушального платежу чи того й іншого одночасно.

За надання послуг з консультації чи додаткового навчання персоналу франчайзі зобов’язаний сплатити франчайзеру винагороду, що не включається в суму основного паушального платежу чи роялті.

Використання франчайзингової бізнес моделі має цілу низку переваг, але не потрібно забувати і про недоліки (табл. 1).

Таким чином, ми бачимо, що франчайзингові операції, з одного боку, дають цілий комплекс переваг як для франчайзера й франчайзі, так і для держави, але з іншого – існує велика кількість недоліків, серед яких втрата повної самостійності франчайзі, додаткові ризики і витрати для франчайзера, монополізація ринку для держави.

Основні переваги і недоліки використання франчайзингової бізнес моделі в процесі ведення господарської діяльності суб'єктом господарювання

Переваги використання франчайзингової бізнес-моделі	Недоліки використання франчайзингової бізнес-моделі
1	2
<i>Для франчайзера</i>	
1. Додаткові доходи, з мінімальною затратою ресурсів. 2. Розширення торгової мережі і джерел збуту. 3. Збільшення вартості торгової марки на ринку	1. Ризик розголошення комерційної таємниці чи ноу-хау недобросовісними франчайзі. 2. Додаткові витрати на консультування і контроль франчайзі. 3. Ризик погіршення ділової репутації торгової марки внаслідок недобросовісної діяльності франчайзі
<i>Для франчайзі</i>	
1. Наявність стійкого кола споживачів. 2. Впевненість в моделі і методах ведення бізнесу. 3. Консультування з боку франчайзера. 4. Широкомасштабна реклама з мінімальними затратами ресурсів. 5. Можливість отримання додаткових послуг від франчайзера	1. Постійний контроль з боку франчайзера. 2. Неможливість ведення бізнесу на свій розсуд
<i>Для держави</i>	
1. Розвиток малого і середнього бізнесу. 2. Додаткові робочі місця. 3. Залучення іноземного капіталу	1. Монополізація ринку

Потрібно зазначити, що основною особливістю франчайзингових операцій є те, що франчайзер передаючи комплекс прав на наявні в нього нематеріальні ресурси, передає лише право користування і часткового управління, право власності ж залишається за франчайзером. Що й створює проблеми, як і де відобразити отриманий комплекс прав у франчайзі та як відобразити у франчайзера, що він надав ці права на користування нематеріальними активами. На які рахунки списувати витрати на отримані супутні послуги з консультування, навчання персоналу та налагодження виробничого процесу, надані франчайзером, та як відобразити отримані доходи у франчайзера, як дохід від операційної діяльності чи іншої. Дані питання і є предметом подальших досліджень.