

ФРАНЧАЙЗИНГ ТА МОЖЛИВОСТІ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

В умовах фінансової кризи та її наслідків багато страхових компаній змушені шукати інноваційні рішення для завоювання позицій на страховому ринку. У світовій практиці проблеми забезпечення високої якості страхових послуг і скорочення витрат на ведення справи на одиницю продукту досить ефективно і надійно дозволяють вирішити нові технології та підходи, зокрема франчайзинг. Саме тому франчайзингові технології виявляються сьогодні одним з найбільш ефективних інструментів підвищення конкурентних переваг.

У перекладі з французької франчайзинг означає «привілеї» або «пільги». У загальному сенсі франчайзинг — це «оренда» товарного знаку або комерційного позначення. Згідно зі ст. 1115 Цивільного кодексу України договір франчайзингу називається договором комерційної концесії [1, ст. 1115].

У проекті Закону України «Про франчайзинг» від 08.11.2001 р. № 8241 франчайзинг визначається як підприємницька діяльність, за якою на договірній основі одна сторона (правоволоділець) зобов'язується передати іншій стороні (користувачеві) за винагороду на визначений строк або без такого комплекс виключних прав на використання знаку для товарів та послуг, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і (або) спеціалізованого обладнання, ноу-хау, комерційної інформації, що охороняється законом, а також інших передбачених договором об'єктів виключних прав [2, ст. 1].

В. Довгань, С. Сосна, Е. Васильєва вказують, що франчайзинг — це «особливий метод або спосіб комерційної діяльності, коли індивідуальний підприємець або невелике комерційне підприємство домовляється із великим підприємством, яке є добре відомим і має хорошу репутацію на національному та міжнародному ринках, про те, що цей підприємець (чи підприємство) буде вести комерційні операції під іменем цієї фірми чи під торговою маркою, або надавати свої послуги під фірмовим знаком обслуговування» [3, с. 18]. О. Корольчук визначає франчайзинг як економічну категорію, що характеризує систему економічних

відносин розподілу товарів, що захищені торговельною маркою і полягають у переданні ексклюзивного права на розподіл на певній території своєї продукції або послуг незалежним підприємцям (роздрібним торговцям) в обмін на отримання від них платежів за умови дотримання технологій виробничих і обслуговуючих операцій» [4, с. 17]. Я. Мюррей пропонує визначати франчайзинг як «певний формат, комплекс прав та обов'язків, пакет, який франчайзер продає власнику франшизи... Франшиза — точна реплікація перевіреної та випробуваної бізнес-системи» [5, с. 16].

Вважаємо, що надані визначення франчайзингу доповнюють одне одного і в загальному зводяться до таких положень:

- це є підприємницька діяльність;
- має договірну основу;
- здійснюється шляхом передачі однією стороною своїх виключних прав іншій стороні за винагороду.

Франчайзинг на страховому ринку доцільно визначити як систему відносин двох і більше суб'єктів ринку (франчайзера і франчайзі), при якому торгова марка або торговий знак франчайзера, його ноу-хау, методи і технології ведення підприємницької діяльності на страховому ринку (страхова діяльність, страхове посередництво, асистанс, експертна діяльність), інтелектуальна власність та інші права надаються франчайзі за умови їх використання за призначенням на обмеженій території в обмін на пряму або непряму фінансову винагороду при тривалій підтримці в технічних, консультаційних, маркетингових питаннях і в питаннях ведення підприємницької діяльності на страховому ринку та навчанні з боку франчайзера в межах і в період дії спеціально укладеної обома сторонами для цієї мети франчайзингової угоди.

На нашу думку, з метою вдосконалення реалізації франчайзингових технологій, зокрема і в сфері страхування, необхідно:

забезпечити законодавче врегулювання шляхом прийняття відповідного законодавства;

здійснити уніфікацію законодавства на міжнародному рівні, оскільки в основному договір франчайзингу укладається між контрагентами різних країн;

впроваджувати досвід інших країн, зокрема втілювати механізми законодавства, які реально діють за кордоном, зокрема:

- переддоговірне розкриття франчайзером інформації;
- тестування франшизи і т. д.;

розробляти типові форми договору франчайзингу в сфері страхування;

забезпечити налагодження на урядовому рівні відповідних міжнародних відносин.

Однією з найперспективніших форм інтеграції можна вважати стратегічні альянси банківських установ і страхових організацій. Це обумовлено наявністю в них великих обсягів довгострокових капіталів, потребою ефективного їх використання та об'єктивною необхідністю диверсифікації діяльності та підвищення рентабельності операцій. Причому саме страхові компанії є основними учасниками стратегічних альянсів у світі.

В цілому вважаємо, що за умови відповідного законодавчого урегулювання, а також забезпечення міжнародного співробітництва франчайзинг може стати ефективною формою співпраці професійних учасників страхового ринку, яка в підсумку може істотно скоротити витрати на ведення страхової справи і забезпечить якість страхової послуги.

Література

1. Цивільний кодекс України [Текст] // Відомості Верховної Ради України. — 2003. — № 40-44. — Ст. 356.
2. Про франчайзинг [Електронний ресурс] : Проект Закону України від 08.11.2001 р. № 8241. — Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/ua/J824100A.html — Назва з екрана.
3. Довгань В. В. Франчайзинг: путь к расширению бизнеса (организация, технология, методы, аспекты франчайзинга [Текст] / В. В. Довгань ; пер. с франц. В. А. Петрова, Ж. Дельтей. — СПб. : Нева, 2003. — 125 с.
4. Корольчук О. П. Стратегія формування та розвитку вертикальних маркетингових систем на основі франчайзингових відносин [Текст] : автореф. дис. ... докт. ек. наук: спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / О. П. Корольчук. — Донецьк : Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, 2008. — 41 с.
5. Мюррей Я. Франчайзинг [Текст] / Я. Мюррей ; пер. с англ. К. Любимова. — СПб. : Питер, 2004. — 144 с.