

УДК 339.13

Добрянська Ю.О.

магістр

Національного університету «Львівська політехніка»

П'ясечна А.В.

магістр

Національного університету «Львівська політехніка»

Косар Н.С.

кандидат економічних наук, доцент

Національного університету «Львівська політехніка»

ДОСЛІДЖЕННЯ СУЧАСНОГО СТАНУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

RESEARCH OF MODERN FRANCHISING IN UKRAINE AND WORLD

АНОТАЦІЯ

Стаття присвячена дослідженню аналізу стану українського та світового ринків франчайзингу за сучасних умов. Проаналізовано його стан, структуру та місткість. Охарактеризовано ключових гравців та визначено лідера українського ринку франчайзингу. Визначено проблеми та тенденції розвитку франчайзингу в Україні.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзі, роялті, малий бізнес.

АННОТАЦІЯ

Статья посвящена исследованию анализа состояния украинского и мирового рынков франчайзинга в современных условиях. Проанализированы его состояние, структура и емкость. Охарактеризованы ключевые игроки и определены лидеры украинского рынка франчайзинга. Определены проблемы и тенденции развития франчайзинга в Украине.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, роялти, малый бизнес.

ANNOTATION

The article investigates the analysis of Ukrainian and world market of franchising in modern conditions. Analyzes its condition, structure and capacity. Characterized key players and identifies the leader of Ukrainian market of franchising. The problems and trends in franchising in Ukraine.

Keywords: franchising, the franchisor, franchisee royalties small business.

Постановка проблеми. Проблеми та перспективи франчайзингу достатньо висвітлено у публікаціях іноземних науковців, проте їм приділяють недостатню увагу у вітчизняних публікаціях. Аналіз вторинної маркетингової інформації свідчить про стрімке зростання франчайзингової форми організації підприємницької діяльності за останні декілька років. Розвиток сучасного бізнесу України відбувається на фоні загострення нестабільної політичної та економічної ситуації, зростання безробіття. Враховуючи усі кризові явища в економіці України, обмеженість бюджетних коштів, відсутність фінансування, а також досконалої системи кредитування та страхування, слід відзначити, що франчайзинг є однією з перспективних форм бізнесу на українському ринку.

Аналізуючи досвід країн з високорозвинутою економікою, можна стверджувати, що франчайзинг є дієвим інструментом, що забезпечує роз-

виток малого і середнього бізнесу, а це, в свою чергу, позитивно впливає на розвиток економіки країни загалом.

Отже, для того щоб розробити стратегію виведення українського бізнесу зі стану кризи через розвиток малих і середніх підприємств, застосувавши при цьому таку форму організації їх діяльності, як франчайзинг, потрібно проаналізувати сучасний стан ринку франчайзингу України і світу та оцінити тенденції розвитку даної галузі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженнями, присвяченими такій формі ділового співробітництва, як франчайзинг, займалися такі зарубіжні вчені, як Ж. Дельта, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, М. Мендельсон, С. Шейн. Ці питання висвітлені також у роботах таких вітчизняних науковців як, В.В. Дергачова, Н.А. Ковальчук, О.Є. Кузьміна, О.П. Корольчук, А.К. Костюк, І.В. Рикова, Н.М. Широбкова, В.В. Шкромада, В.І. Ляшенко та ін. Ці публікації розкривають сутність понять «франчайзинг» та «франчайзингові відносини», основні їх особливості, висвітлюють різні підходи до класифікації франчайзингу, окреслюють основні переваги та недоліки бізнесу на умовах франчайзингу тощо.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Проте змінні фактори маркетингового середовища вимагають постійного аналізу перспектив подальшого розвитку франчайзингу на території України, встановлення факторів, що перешкоджають цьому розвитку.

Мета статті полягає у аналізі сучасного стану українського та світового ринків франчайзингу, дослідженні його структури, основних суб'єктів, а також визначенні проблем та дослідженні тенденцій розвитку франчайзингу в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Іноземний досвід свідчить, що покращенню економічної ситуації в країнах значно сприяє малий бізнес, який у розвинутих країнах виробляє більше 50% ВВП, в той час як в Україні –

лише близько 15–16% [1]. Становленню малого бізнесу значною мірою сприяє використання франчайзингу.

У США на франчайзинг припадає понад трлн. дол. річних роздрібних продажів і приблизно третина всіх роздрібних транзакцій. За системою франчайзингу працюють понад 320 тис. малих підприємств, і у них працює кожен третій житель США [2, с. 463].

Для країн пострадянського простору, в тому числі й для України, розвиток франчайзингу розпочався з 80-х років минулого століття, у той час як світова практика свідчить про активне використання такого способу здійснення підприємницької діяльності уже понад 150 років, спочатку у таких трьох галузях промисловості США, як автомобілебудування, виробництво напоїв та фармацевтичний бізнес. Пізніше лідерами франчайзингового ринку стали ресторани швидкої їжі [3].

У 2015 р., за даними Franchise Direct, американського сайту номер один за каталогами франшиз, на якому було опубліковано рейтинг (Топ-100), в світі найбільш популярними є франшизи в сфері фаст-фуду та готельного бізнесу. Проте за останніх п'ять років ринок франчайзингу значно розширив сфери своєї діяльності. Окрім готельно-ресторанного бізнесу, він дедалі частіше охоплює інші галузі економіки, такі як виробництво і складання комп'ютерів, відеопрокат, продаж програмного забезпечення для бізнесу, продаж комплектуючих до комп'ютерів та іншої техніки, клінінгові компанії, послуги зв'язку, авторемонт тощо [4]. Розподіл франчайзингового ринку США на початку 2015 р., за даними американської компанії IHS Economics, подано на рис. 1.

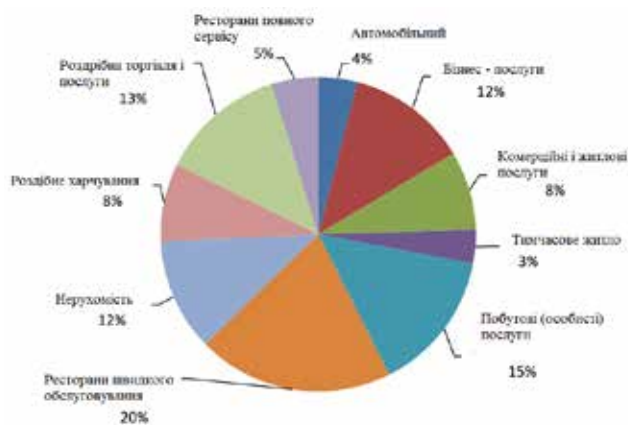


Рис. 1. Структура ринку франчайзингу США за галузями економіки станом на січень 2015 р.

Джерело: розроблено авторами на основі [4]

Активний розвиток франчайзингових організацій призвів до перенасичення ними ринку США, тому франчайзери активно виходять на зарубіжні ринки та шукають нетрадиційні місця розташування на внутрішньому ринку (аеропорти, студентські містечка, лікарні, казино, парки розваг, офіційні установи, стадіони та навіть пароплави) [2, с. 463].

Найбільшу частку ринку франчайзингу США займає категорія ресторанів швидкого обслуговування (20%), проте прогнозується, що до кінця 2015 р. їх кількість значно збільшиться і частка сягне 26% американського ринку франчайзингу. Також передбачається зростання сегменту побутових (особистих) послуг [4].

З-поміж ста найбільш популярних франчайзингових компаній світу в Україні представлені McDonalds, KFC, Hertz, Groupe Auchan та Domino's Pizza, що свідчить про те, що український ринок ще має великий потенціал для подальшого розвитку. Десять найбільш популярних франчайзингових мереж, за даними The Top 100 Global Franchises, подано у таблиці 1. Її аналіз показує, що країною з найбільшою кількістю популярних франчайзингових компаній є США, і перші позиції в рейтингу займають заклади, що належать до сегменту ресторанів швидкого обслуговування.

Таблиця 1

Топ-10 світових франшиз

Ранг	Назва франшизи	Країна походження	Промисловість	Кількість точок
1	SUBWAY	США	Харчова (фаст-фуд)	43787
2	McDonald's	США	Харчова (фаст-фуд)	36000
3	KFC	США	Харчова (фаст-фуд)	18876
4	Burger King	США	Харчова (фаст-фуд)	13000
5	7 Eleven	США	Супермаркет	40000
6	Hertz	США	Дилер, прокат автомобілів	7000
7	Pizza Hut	США	Харчова (піцерія)	34000
8	Ace Hardware Corporation	США	Магазин товарів для дому	4600
9	Wyndham Hotel and Resorts	США	Готель	7500
10	Groupe Casino	Франція	Продуктовий супермаркет	12000

Джерело: розроблено авторами на основі [5]

На рис. 2. подано загальну кількість закладів (ресторанів, готелів чи магазинів) найпопулярніших десяти компаній-франчайзерів світу. Аналіз показує, що кількість відкритих франчайзингових точок не є основним критерієм, за яким формується рейтинг The Top 100 Global Franchises. Окрім кількості відкритих точок, враховуються ще й наступні показники: дохід мережі компаній загалом; стабільність і зрос-

танья; кількість років діяльності на ринку; темпи розширення ринку; передовий досвід у галузі підтримки і навчання франчайзі; екологічна політика; соціальна відповідальність [5].

Франчайзинг визнаний у світі як найбільш прогресивна форма ведення бізнесу. Умови, які він пропонує, вигідні для підприємців, що розпочинають свій бізнес, так як вони суттєво знижують ризик невдачі та втрати коштів. До прикладу, в США лише 5% підприємств, що діють на умовах франчайзингу, зазнають невдачі в перші п'ять років існування, у той час як 90% інших невеликих підприємств банкрутують. Частка франчайзингу в роздрібному товарообороті США складає 34%, в Європі – 12% і продовжує зростати. Загалом, окрім США, найбільшої популярності франчайзинг набув також у Франції, Німеччині та Польщі [6].

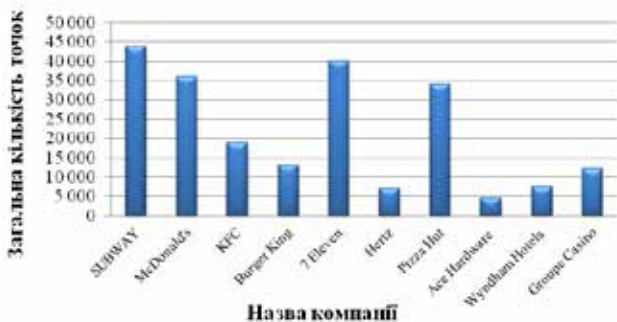


Рис. 2. Загальна кількість закладів та торгових точок Топ-10 світових компаній-франчайзерів

Джерело: розроблено авторами на основі [5]

Аналізуючи ситуацію на українському ринку, слід відзначити динамічний та стабільний розвиток франчайзингу, який є одним із найбільш перспективних видів бізнесу в Україні. Про це свідчать дослідження, проведені фахівцями компанії «Франчайз-Груп». Динаміку розвитку франчайзингу в Україні представлено на рис. 3.



Рис. 3. Динаміка кількості франчайзерів на українському ринку, 2001–2014 рр.

Джерело: розроблено авторами на основі [7]

Аналіз рис. 3 свідчить, що, незважаючи на те що в Україні розвиток франчайзингу стримується рядом факторів (недосконала законодавча база, брак досвіду, несумлінне ставлення до

об'єктів чужої інтелектуальної власності, низький рівень кредитування тощо), з 2010 р. ринок франчайзингу продовжує активно зростати, і в 2014 р. він охоплював близько 570 франчайзерів, як зарубіжних, так і українських, та 23 000 точок (франчайзі) [7].

Еволюційний розвиток ринку франчайзингу в Україні подано у таблиці 2.

Таблиця 2
Еволюційний розвиток франчайзингу в Україні

Показники	2008 р.	2011 р.	2014 р.
1. Кількість франчайзерів	240	480	567
2. Кількість франчайзингових об'єктів	14700	26985	31750
3. Кількість міжнародних франшиз світових брендів в Україні	38	128	187
4. Кількість судових розглядів	25	65	137
5. Приріст попиту на франчайзинг, %	100	230	380

Джерело: розроблено авторами на основі [7]

Зазвичай найбільш прибутковими є ті компанії, що впроваджують на український ринок іноземні франшизи. Причиною цього є висока впізнаваність товарної марки, розкручений бренд, ефективна маркетингова політика тощо. Аналіз літературних джерел свідчить, що середня рентабельність інвестицій за перші 10 років роботи для незалежних підприємств становить близько 300%, а для підприємств – одержувачів франшиз – більше 600% [8, с. 39].

Проте однією з особливостей українського ринку франчайзингу є те, що на ньому переважають мережі вітчизняного походження (відповідно до результатів експертної оцінки Асоціації франчайзингу України). Насамперед це пов'язано з тим, що від вітчизняних підприємств вимагається мінімальна адаптація до умов ринку, що значно спрощує вхід на нього. Ще однією особливістю вітчизняного ринку франчайзингу є те, що на відміну від країн Європи в Україні франчайзинг значного поширення набув у сфері торгівлі [3]. Якщо розглядати структуру ринку франчайзингу України, то громадське харчування займає 30%, роздрібна торгівля – 35%, сегмент послуг складає 22% та 13% – інші галузі. У 2014 р. кількість франшиз сягла понад 600, з яких близько 100 відповідають міжнародним стандартам [9; 10]. Ринок українських франшиз представлений такими відомими брендами, як «Піцца Челентано», «Картопляна Хата», «Нью-Йорк Стріт Піцца», «Два Гуся», «Наша Ряба», «Чудо Піч», «Наминайко», «Наш Край» тощо.

Всього в Україні, за даними компанії «Франч», зафіксовано 1 186 франчайзингових пропозицій. Найбільшу кількість франшиз зафіксовано в сегменті роздрібною торгівлі – 423 франшизи, на

другому місці – громадське харчування (210) та послуги для бізнесу (151), непогані показники також у сфері краси і здоров'я (75) і дитячих брендів (71 франшиза) [10].

Незважаючи на домінуючу роль в Україні вітчизняних франчайзерів, на території нашої держави представлені також франчайзингові мережі з Росії, Польщі, Нідерландів, Франції, США, Німеччини, Великої Британії та інших країн. Більшу частину іноземних франчайзерів (25% від загальної кількості) складають росіяни. Присутність в Україні іноземних компаній як франчайзерів має певні позитивні наслідки. Функціонування іноземних франчайзерів дозволяє вітчизняним підприємствам з часом перейняти успішний досвід ведення діяльності в умовах франчайзингових відносин, достатній для більш широкого розвитку договірної системи внутрішнього франчайзингу в Україні. Крім того, діяльність іноземних франчайзерів сприяє постачанню на вітчизняний ринок нових товарів і послуг [3].

Перелік найбільш привабливих франшиз в Україні (як вітчизняних, так і іноземних), розмір вступного платежу, роялті, термін окупності проектів подано у таблиці 3.

Лідером – найперспективнішим франчайзинговим проектом у 2015 р. є супермаркет «Наш Край», який відкриває свої точки по всій Україні. На даний момент в Україні відкрито 177 точок, 149 з яких – франчайзингові, 28 – власні. Основною перевагою даної франшизи є відсутність вступного платежу, швидкий термін окупності (від п'яти місяців), невеликі за розміром роялті, що становлять 3,5 €/кв. м торгової площі. Розмір інвестицій для відкриття супермаркету складає від 10000 € [12].

Однією з найвідоміших франшиз, що вже давно існують на ринку громадського харчування України, є «Піца Челентано» та New York Street Pizza. Перевагами даних закладів є відома товарна марка, довіра споживачів та невисокий розмір роялті (1,5–2%). Термін окупності даних франшиз складає в середньому 1–1,5 роки.

Кожного року український ринок франчайзигу поповнюється новими франчайзерами, як вітчизняними, так і зарубіжними. Проте попри загальний розвиток українського ринку, необхідно відзначити і наявність низки проблем, що перешкоджають його розвитку та потребують вирішення юридичних, економічних, організаційних та соціально-психологічних питань. Насамперед ці проблеми пов'язані із [6; 13]:

- необізнаністю вітчизняних підприємців з основними принципами та особливостями ведення бізнесу за умовами франчайзингу;
- невідповідністю міжнародним стандартам;
- відсутністю закону України про франчайзинг;
- відсутністю практики апробації бізнесу;
- відсутністю кваліфікованих кадрів;
- недостатньою кількістю інформації про франчайзинг як метод ведення бізнесу;
- високою вартістю франшизи порівняно з купівельною спроможністю покупців;
- складними умовами та адміністративними бар'єрами для організації та ведення бізнесу.

Висновки. Незважаючи на те що для України поняття франчайзингу є порівняно новим, за останні роки спостерігається значне його зростання. З'являються нові вітчизняні франчайзери, а також закордонні компанії виходять на український ринок.

Таблиця 3

Перелік найбільш привабливих франшиз в Україні та їх характеристика

Назва ТМ франчайзингової мережі	Сфера діяльності	Вступний платіж	Роялті	Термін окупності
«Наш Край»	Торгівля/ Супермаркет	Відсутній	3,5 €/кв. м	Від 5 міс.
«Винахідник»	Діти/Технічна студія	\$37500	10 000 грн.	36–40 міс.
Mortimer English Club	Діти/Школа англ. мови	від 90 000 грн.	10–12%	12–18 міс.
Vianor	Шинний центр	\$625	5 000 грн./рік	12–36 міс.
«Піца Челентано»	Громадське харчування/ Піцерія	По домовленості	1,5%	30–36 міс.
«Франс. уа»	Громадське харчування	50 000–75 000 грн.	Відсутнє	4–11 міс.
«Булочная № 1»	Хлібопекарня/Булочна	25 000–75 000 грн.	Відсутнє	4–10 міс.
MAFIA	Громадське харчування	1 445 000 грн.	5% на міс	24–36 міс.
Royal Carwash	Автомийка	20 000–70 000 грн.	500 грн./міс	1–3 міс.
«Наминайко»	Громадське харчування	100 грн.	Відсутнє	4–6 міс.
New York Street Pizza	Громадське харчування/ Піцерія	130 000 грн.	2% від обороту	12–24 міс.
«Поехали с нами»	Турагенція	20 000–35 000 грн.	1–2%	10–12 міс.
«Імідж»	Торгівля/Магазин косметики	100 000 грн.	4%	24–30 міс.
Veliki.ua	Послуги для населення	500–1 500 грн.	500–800 грн.	3–18 міс.
Coffee Life	Громадське харчування/ Кав'ярня	250 000 грн.	5% щомісяця	6–36 міс.
Join UP!	Турагенція	8 000 грн.	Залежно від міста	5–7 міс.

Джерело: розроблено авторами на основі [11]

Враховуючи всі недоліки українського ринку франчайзингу, його розвиток відбувається повільніше, ніж у країнах Європи та США. Проте за сучасних кризових умов даний вид бізнесу залишається одним із найперспективніших та найменш ризиковим для українських підприємців, а також дає можливість підвищити конкурентоспроможність вітчизняної економіки і сприяє виходу країни з кризи.

Франчайзинг створює певні вигоди не лише для власників бізнесу, але й для споживачів. Вони отримують доступ до вітчизняних та імпортованих товарів та послуг відомих торгових марок, якість яких перевірена досвідом і часом. Проте активне використання франчайзингу в Україні вимагає насамперед реформування законодавчої бази.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Костюк А.К. Перспективи розвитку сучасних підприємств на умовах франчайзингу / А.К. Костюк, В.В. Дергачова [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2014-35.pdf>.
2. Маркетинговий менеджмент: [підручник] / [Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін.] – К.: Хімджест, 2008. – 720 с.
3. Глушаченко Н.А. Міжнародний франчайзинговий бізнес / Н.А. Глушаченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8608/1/term%20paper_IE_Glushachenko.pdf.
4. Franchise Business Economic Outlook for 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://emarket.franchise.org/FranchiseBizOutlook2015.pdf>.
5. Top 100 Global Franchises – Rankings [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchisedirect.com/top100globalfranchises/rankings/>.
6. Мазуренко В.П. Розвиток франчайзингових відносин у міжнародному бізнесі / В.П. Мазуренко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://journals.uran.ua/nvgeci/article/viewFile/21638/19273>.
7. Ринок франчайзингу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://franchisegroup.com.ua/uk/page/гупок_franchajzinga_v_ukraine_i_za_rubezhom.
8. Крикавський С.В. Маркетингова політика розподілу: [навч. посіб.] / [Є.В. Крикавський, Н.С. Косар, А. Чубала]. – Львів: Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2012. – 260 с.
9. Український франчайзинг у 2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://franchising.ua/stattya/2506/ukrainskiy-franchayzing-u-2014-roci/>.
10. Рынок франчайзинга в Украине [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.harved.biz/articles/business/гупок-franchayzinga-v-ukraine>.
11. Каталог франшиз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://franchisegroup.com.ua/catalog/1>.
12. Наш край [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://franchise.ua/board/read905.html>.
13. Галушка Є.О. Особливості та перспективи розвитку франчайзингу в Україні / Є.О. Галушка [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2011/v2/NV-2011-V2_9.pdf.