

УДК 339.9

ПОБОЧЕНКО Л.М.,

к.е.н., доцент,

доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу

Навчально-наукового інституту Міжнародних відносин

Національного авіаційного університету

ЧИЖЕНКО І.О.,

студентка 2 курсу магістратури

Навчально-наукового інституту Міжнародних відносин

Національного авіаційного університету

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ

***Анотація.** У статті розглянуто сучасні тенденції розвитку міжнародного франчайзингу в Україні. Проаналізовано динаміку кількості франчайзерів та кількість вітчизняних і зарубіжних франшиз на ринку України. Проведено оцінку типів франшиз, частки франшиз по бізнес категоріям та галузева структура франчайзингових та власних точок на ринку України.*

Ключові слова: франчайзери, франшиза, паушальний внесок, міжнародні компанії, франчайзингова торгова точка, франчайзинговий бізнес, роялті.

Побоченко Л.М., к.е.н., доцент, доцент кафедри міжнародних економічних відносин і бізнесу Учебно-наукового інституту Міжнародних відносин Національного авіаційного університету;

Чиженко І.О., студентка магістратури Учебно-наукового інституту Міжнародних відносин Національного авіаційного університету.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ФРАНЧАЙЗИНГА В УКРАИНЕ

***Аннотация.** В статье рассмотрены современные тенденции развития международного франчайзинга в Украине. Проанализированы динамика количества франчайзеров и количество отечественных и зарубежных франшиз на рынке Украины. Проведена оценка типов франшиз, доли франшиз по бизнес категориям и отраслевая структура франчайзинговых и собственных точек на рынке Украины.*

Ключевые слова: франчайзеры, франшиза, паушальный взнос, международные компании, франчайзинговая торговая точка, франчайзинговый бизнес, роялти.

Pobochenko L.N., PhD in Economics, Associate Professor of International Economic Relations and Business Department, Educational and Research Institute of International Relations of the National Aviation University;

Chizhenko I.O., 6-year student, Educational and Research Institute of International Relations, National Aviation University.

MODERN TRENDS OF DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL FRANCHISE IN UKRAINE

***Annotation.** The article considers modern trends in the development of international franchising in Ukraine. The dynamics of the number of franchisors and the number of domestic and foreign franchises in the Ukrainian market were analyzed. The estimation of types of franchises, a share of franchises on business categories and branch structure of franchising and own points in the market of Ukraine were carried out.*

Keywords: franchisors, franchise, lump-sum contribution, international companies, franchising outlet, franchising business, royalty.

Актуальність проблеми. В умовах глобальної конкуренції актуалізуються питання щодо збільшення кількості підприємств малого та середнього бізнесу, які пропонують свої товари на певних умовах. Зміцненню економічних зв'язків між країнами на цьому етапі розвитку світогосподарських зв'язків сприяє франчайзинг, який сьогодні проник практично в усі сфери економічної діяльності та є одним із дієвих і демократичних способів виходу за межі національних ринків.

Франчайзинговий бізнес сприяє залученню іноземних інвестицій, які задовольняють потребу підприємств в обмеженості ресурсів та дозволяють їм покращити якісні характеристики своєї продукції та в цілому підвищити конкурентоспроможність країни. Розвиток франчайзингу в країні підвищує загальну культуру підприємницьких відносин, сприяє створенню нових робочих місць, запровадженню нових ідей, методів і технологій у бізнес, створює комплексну систему практичного навчання підприємництву без створення будь-яких спеціальних навчальних структур і програм.

Аналіз досліджень і публікацій. Основи наукового обґрунтування франчайзингу як прогресивного методу запровадження бізнесу заклали Г. Дж. Болт, Ю. Бондаренко, М. Вудроу, В. Довгань, Дж. Еванс, Б. Карлоф, Д. Кауфман, Д. Клейн, Я. Корнаї, Р. Мартін, А. Мінклер, І. Рикова, Дж. Стігліц, Дж. Хенсон та ін.

Серед вітчизняних та російських вчених, що досліджували проблематику формування та розвитку франчайзингу, варто відзначити: Г. Андрощука, І. Бойчука, А. Виноградську, В. Довганя, Д. Землякова, Л. Качаліну, С. Клімову, Н. Ковальчука, О. Кузьміна, А. Цирата, Ю. Шамрай та інших. Але дослідження питань впровадження франчайзингу в Україні надалі залишаються відкритими і потребують подальшого розвитку.

Метою статті є дослідження сучасних тенденцій розвитку міжнародного франчайзингу в Україні в умовах глобальної конкуренції.

Виклад основного матеріалу. В умовах глобалізації, коли ринок стає спільним, а споживач орієнтується на світові бренди франчайзинг слугує одним з інструментів, які дають поштовх для розвитку малого та середнього бізнесу. Однак в Україні як елемент складової української економіки франчайзинг перебуває на стадії розвитку.

Незважаючи на те, що франчайзинг є порівняно новим явищем в українській економіці, останнім часом він набуває швидкого поширення серед національних суб'єктів господарювання, тому, що надає, у розпорядження стабільний дохідний бізнес та можливість розширити та зміцнити свої позиції на ринку.

За даними провідної української консалтингової компанії в області франчайзингового бізнесу «Franchise Group» одна з причин динамічного розвитку франчайзингу полягає в тому, що українці розглядають його як одну з найбільш життєздатних форм інвестування капіталів, оскільки він пропонує надійні і перевірені на практиці моделі ведення бізнесу. Франчайзинг розглядається як надійний спосіб зниження операційних ризиків і підвищення шансів виживання компаній в довгостроковій перспективі, так як через п'ять років роботи з українського ринку йдуть всього лише 8% франчайзингових компаній [4].

Аналізуючи динаміку розвитку франчайзингу на українських підприємствах відмічається постійне зростання об'єктів, які працюють на умовах франчайзингу, а також високий відсоток франчайзингу в загальній кількості точок в мережі, який на деяких підприємствах досягає 95%.

Незважаючи на негативну економічну ситуацію в останні роки, франчайзинг має суттєвий позитивний вплив на розвиток бізнесу. Крім того, стійкість франчайзингу в Україні останнім часом демонструє, що українські бізнесмени, як правило, знаходять способи повернути негативні зовнішні фактори в свою користь.

Франчайзингова модель ведення бізнесу досить обґрунтовано вважається найнадійнішою бізнес-моделлю. В Україні в 2016 році франшизу продавали 461 компанія. 63% цих франшиз належать українським компаніям, які працюють на ринку більше 3-х років. Кількість франчайзингових компаній скоротилася, в порівнянні з 2015 роком (565 компаній), що свідчить про відхід дрібних і «фейкових» франшиз з ринку і стійкості великих компаній. Якщо в 2001 році на ринку України працювало лише 48 франчайзерів, то в 2016 році їх кількість збільшилася в майже 10 разів, що говорить про зростаючу тенденцію розвитку франчайзингового бізнесу відповідно до загальносвітових тенденцій [5], (рис. 1.).

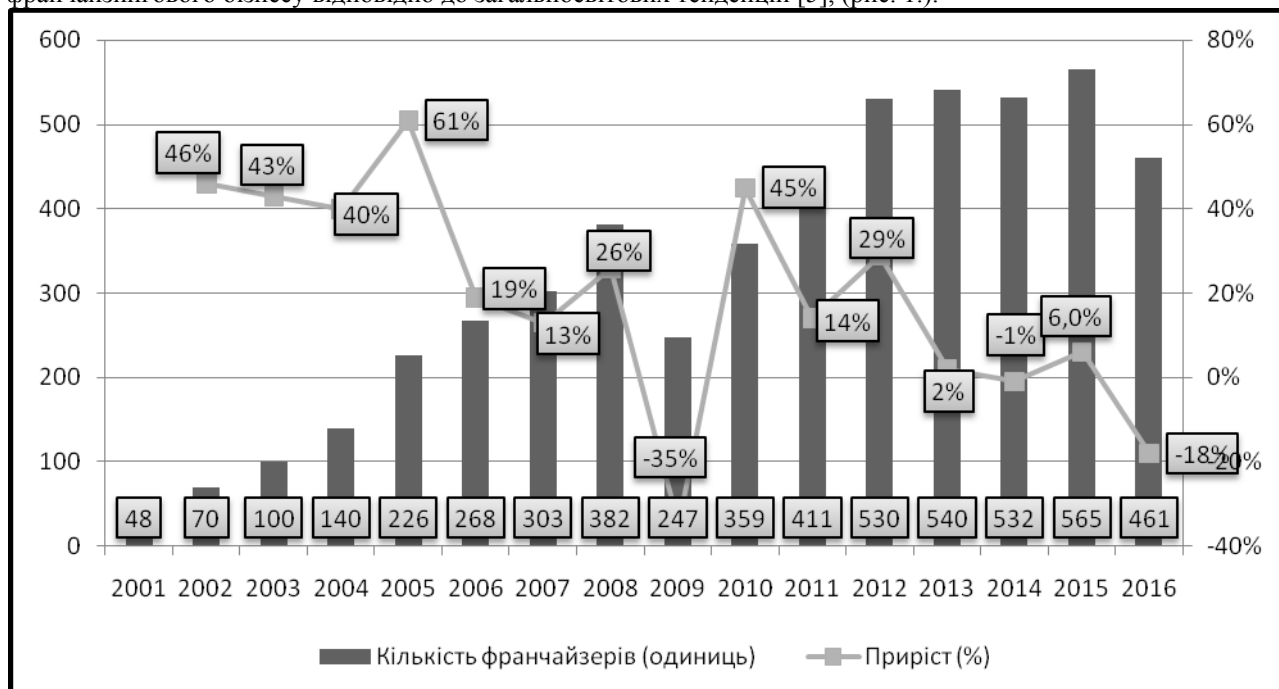


Рис. 1. Динаміка кількості франчайзерів на українському ринку та їх приріст/падіння протягом 2001-2016рр., (одиниць; %)

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Franchise group.

Слід зауважити, що економічна криза відобразилася і на ринку франчайзингу України. У 2009 році відбувся спад кількості франчайзерів відносно 2008 року більш, ніж на 100 одиниць, також зменшився грошовий оборот найбільш прибуткових франчайзерів у сфері громадського харчування на 30%, роздрібній торгівлі – 40%, будівництві – 60% [6]. Однак не лише економічна криза вплинула на спад кількості

франчайзерів в Україні, негативні наслідки мало й те, що у багатьох із них була недосконала програма розвитку самими франчайзерами. Через недосконалість бізнес-стратегії та методів пошуку нових франчайзі – знизилась рентабельність та прибутковість франчайзингового бізнесу. Незважаючи на це з 2010 року і до сьогодні кількість франчайзерів збільшується. Такий приріст свідчить про те, що франчайзинг є економічно вигідним інструментом провадження бізнесу, за допомогою якого створюються нові робочі місця та збільшується економічний добробут країни в цілому.

У 2016 році на українському ринку франчайзингу домінують вітчизняні франшизи, контролюючи 63% ринку, в порівнянні з минулим роком їх кількість знизилася на 3%, що пов'язано з виходом на ринок України нових західних брендів, особливо в сегменті рітейла. Це говорить про відновлення зацікавленості до українського ринку зі сторони міжнародних компаній та підвищення рівня довіри до франчайзингової моделі ведення бізнесу. Зарубіжні франшизи, контролюючи решту 37% ринку, за своїм походженням розподіляються наступним чином: компанії представляють такі країни, як Бельгія, Франція, Польща, Білорусь, Німеччина, Китай, Фінляндія, Росія, США, Італія та Угорщина [5], (рис. 2.).

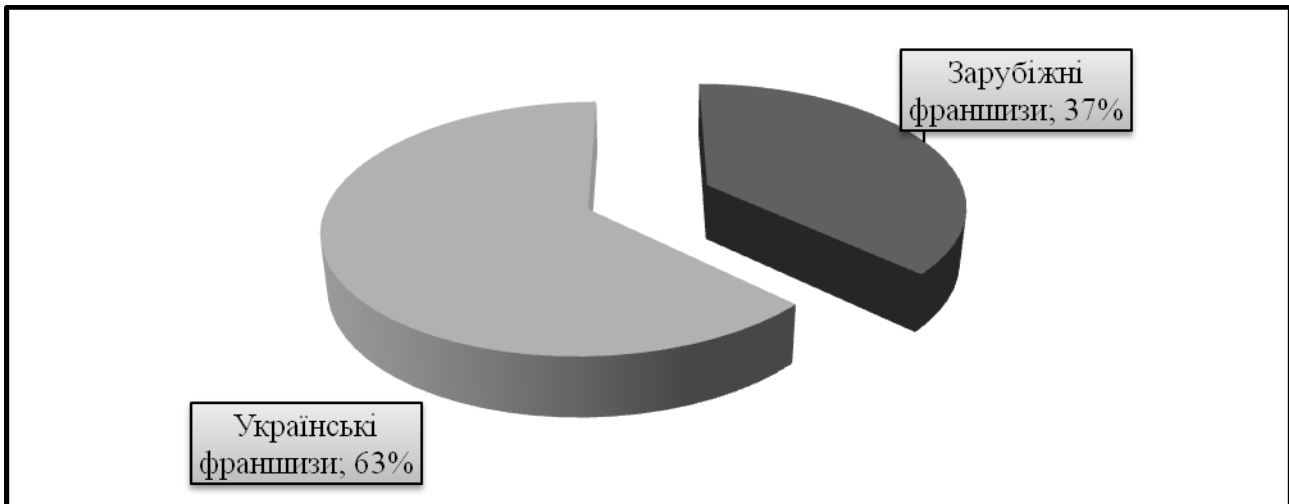


Рис. 2. Кількість вітчизняних і зарубіжних франшиз на ринку України в 2016 році, (%)

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Franchise group.

Зазвичай найбільш прибутковими є ті компанії, які 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% [1].

За даними дослідження «Franchise Group», яке було проведене на ринку франчайзингу України в 2016 році виділяють такі типи франшиз [5], (рис. 3.).

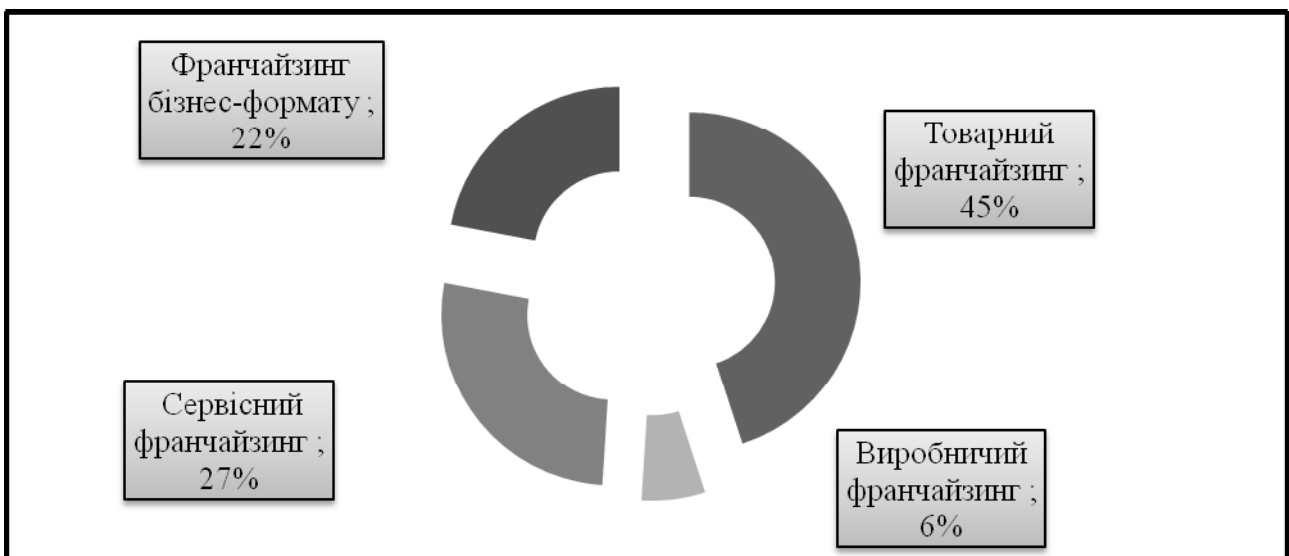


Рис. 3. Типи франшиз на ринку України в 2016 році, (%)

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Franchise group.

Серед франчайзерів найбільш поширеним є товарний франчайзинг, за ним йде сервісний, бізнес-формату та найменш використовуваний виробничий франчайзинг [5].

Паушальні внески мають досить широкий ціновий діапазон - від його повної відсутності до досить значною ціни в 100 тис. дол. США і більше. Те ж саме стосується й інвестицій на відкриття бізнесу, від 20 дол. США до понад 1 млн. дол. США. Примітно те, що найчастіше паушальні внески відсутні в франшиз товарного франчайзингу, адже основний дохід франчайзер отримує від збуту свого товару через магазини франчайзі і виплат роялті [5].

Середня вартість аналізованих франшиз (паушальний внесок) становить 5 525 дол. США, інвестицій - 45 407 дол. США. На рисунках нижче показані категорії і кількість франшиз в них (всі дані були розраховані на основі середніх значень), [5], (рис. 4.).

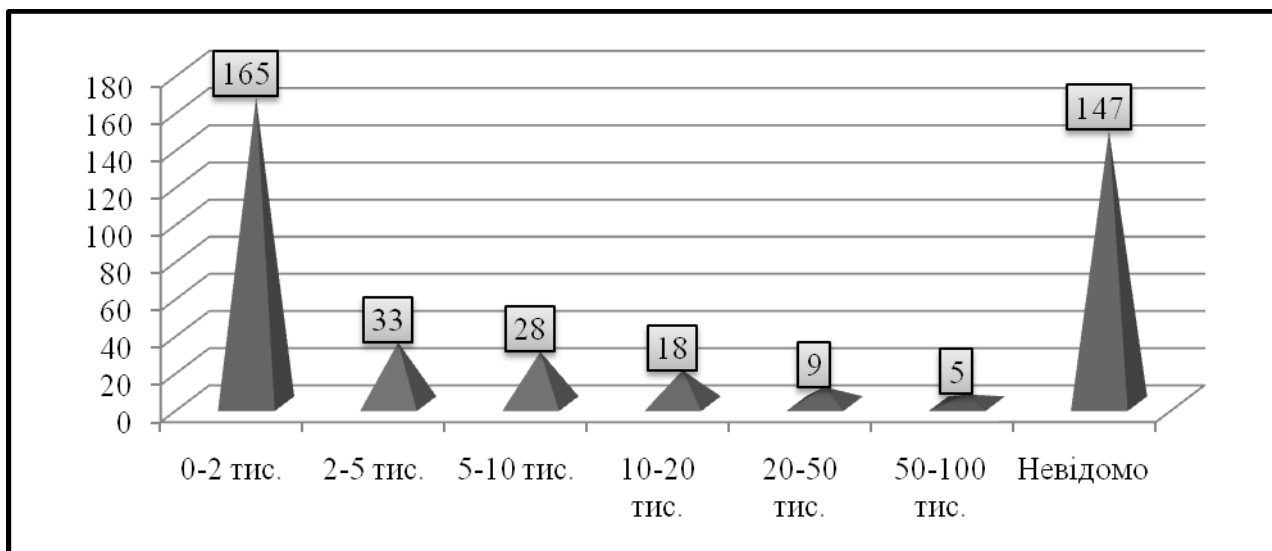


Рис. 4. Середня вартість франшиз (паушальний внесок) на ринку України в 2016 році, (дол. США)

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Franchise group.

Вимоги за місцем розташування часто є одним з основних умов франчайзера, що обумовлено його турботою не тільки про дохід, а й про розвиток і підтримку престижу компанії, а також дотримання бізнес-плану. Серед аналізованих франшиз досить широку популярність мають роздрібні магазини, власні приміщення та офіси, що підтверджує розподіл по бізнес категоріям [5], (рис. 5.).

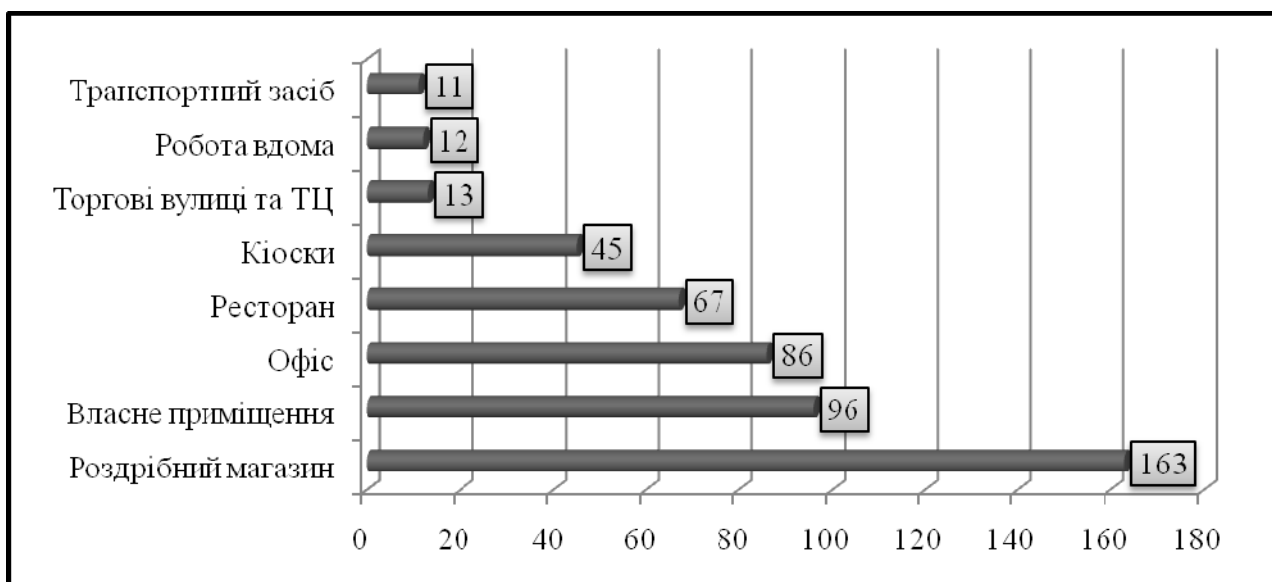


Рис. 5. Кількість франшиз по місцю розташування франчайзера на ринку України в 2016 році, (одиниць)

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Franchise group.

Найчастіше франчайзер пропонує кілька франчайзингових пакетів, які розрізняються багатьма умовами, одне з яких - місце розташування. Найбільш поширеними є франшизи в громадському харчуванні, коли пропонується кілька форматів торгових точок від невеликого транспортного засобу до ресторану [5].

Серед 43 категорій франшиз на ринку України присутні такі франшизи [5], (рис. 6.).

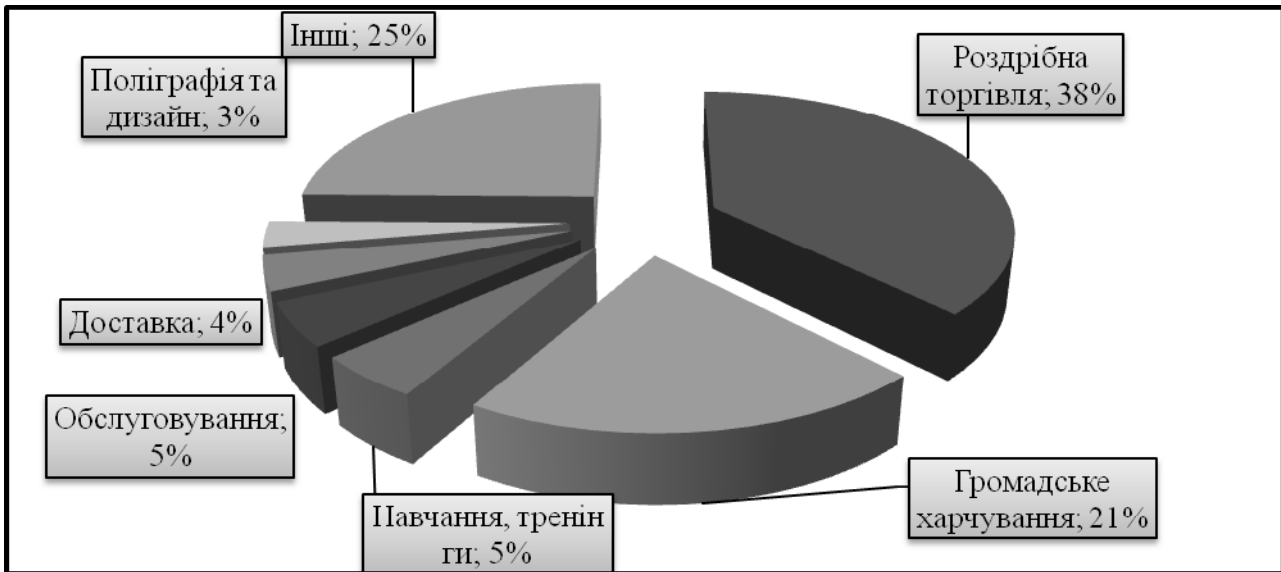


Рис. 6. Частка франшиз по бізнес категоріям на ринку України в 2016 році, (%)

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Franchise group.

Найбільш поширеними серед українських франшиз є роздрібна торгівля, громадське харчування, обслуговування, навчання-тренінги та доставка.

Загальна кількість торгових точок в Україні в 2016 році становить 29267. У сегменті роздрібної торгівлі більше 60% торгових точок працюють під брендом п'яти найбільших франчайзерів: «Наша Ряба», «Гаврилівські курчата», «Цифротех», «Том Фарр» та «Наш Край».

У секторі послуг майже 60% франчайзингових торгових точок працюють під брендами трійки провідних франчайзерів: «Нова Пошта», «Універсальна» та «Експрес-клінінг».

У секторі громадського харчування та ресторанного бізнесу найбільший гравець «Фаст Фуд Системз» контролює 10% торгових точок через три франшизи: «Піца Челентано», «Картопляна Хата» та «Яппі»[3].

У кожному з цих сегментів франчайзингові торговельні точки істотно домінують над незалежними операторами [5], (рис. 7). Одним з пояснень широкого поширення франчайзингових точок в порівнянні з незалежними операторами в кожному сегменті економіки є домінування на ринку декількох великих гравців. Інше пояснення переважання франчайзингових точок полягає в тому, що франчайзинг показав себе надійним способом зниження операційних ризиків і підвищення шансів на довгострокове виживання компаній. Статистика показує, що з усіх українських підприємств 77% приватних підприємців йдуть з ринку після 7 років роботи, а після 10 років роботи на ринку на плаву залишаються тільки 18%. У підприємств, які працюють за договорами франчайзингу, ці показники набагато кращі - тільки 8% підприємців йдуть з ринку через п'ять років, і 90% зберігають позиції на ринку після 10 років роботи.

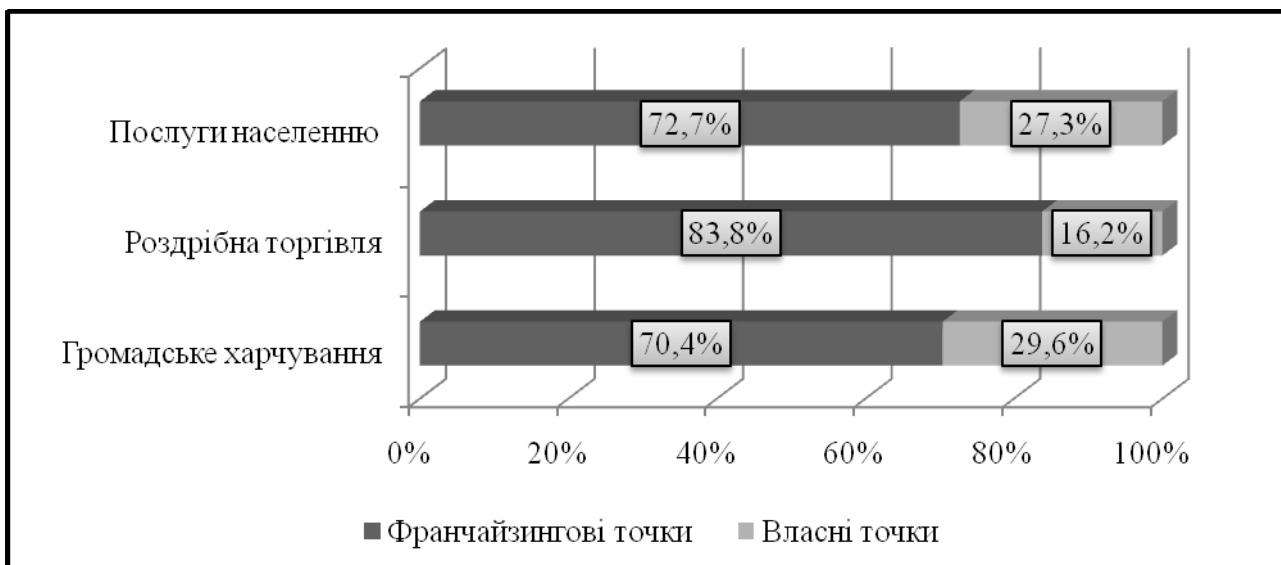


Рис. 7. Галузева структура франчайзингових та власних точок в Україні в 2016 році, (%)

Примітка. Побудовано автором за даними компанії Franchise group.

Ринок франчайзингу в Україні доволі диверсифікований за сферами діяльності компаній, але можна побачити галузі, які найбільш стрімко розвиваються, й ті, що поки переживають часи спокою. Але, для того, щоб мати більш повне бачення ринку франчайзингу в Україні, необхідно розглядати перспективність та розвиток не тільки галузей загалом, а й дізнатися про діяльність деяких окремих франчайзингових мереж. Перелік найбільш привабливих франшиз в Україні в 2016-2017рр. (як вітчизняних, так і іноземних), розмір вступного платежу, роялті, термін окупності проєктів подано у табл. 1 [4].

Таблиця 1

Перелік найбільш привабливих франшиз в Україні в 2016-2017рр.

Назва франшизи	Сфера діяльності	Вступний платіж	Термін окупності
Квітка	Служба доставки квітів і подарунків	По домовленості	6-12 міс.
Vianor	Шинний центр	570 дол. США	12-24 міс.
«Булочная № 1»	Хлібопекарня/Булочна	25-75 тис. грн.	4-10 міс.
ECO Buffet	Кафе для вегетаріанців	28 тис. дол.	24 міс.
Винахідник	Діти/Технічна студія	37500 дол. США	36-40 міс.
Крила	Фаст-фуд	13-32 тис.дол.	24 міс.
WOKA ASIA FOOD	ресторани паназіатської кухні	5-20 тис. дол.	15-20 міс.
Парфюмер	Торгова мережа по реалізації наливної парфумерії	1-2 тис. дол.	4-2 міс.
Наш край	Супермаркет	15-20 тис. дол..	6-12 міс.
Mortimer English Club	Діти/Школа англ. мови	від 90 тис. грн.	12-18 міс.
Pizza Celentano	Громадське харчування/Піцерія	По домовленості	30-36 міс.
«Франс. уа»	Громадське харчування	50-75 тис. грн.	4-11 міс.
MAFIA	Громадське харчування	1 445 000 грн.	24-36 міс
Royal Carwash	Автомийка	20-70 тис. грн.	1-3 міс.
Наминайко	Громадське харчування/Випічка	100 грн.	4-6 міс.
New York Street Pizza	Громадське харчування/Піцерія	130 тис. грн.	12-24 міс.
Поїхали з нами	Туризм	20-35 тис. грн.	10-12 міс.
«Імідж»	Торгівля/Магазин косметики	100 тис. грн.	24-30 міс.
Veliki.ua	Послуги для населення	500-1 500 грн.	3-18 міс.
Coffee Life	Громадське харчування/Кав'ярня	250 тис.грн.	6-36 міс.
Join UP!	Туризм	8 тис. грн.	5-7 міс.

Примітка. Складено автором за даними офіційного сайту Асоціації франчайзингу України.

Висновки. В останні роки міжнародні компанії починають виявляти значну зацікавленість у співпраці з українськими партнерами на основі франчайзингу, оскільки український ринок є доволі цікавим для іноземних інвесторів завдяки кваліфікованій робочій силі, відносно низькими витратами на рекламу, цінами на нерухомість та росту ринкового попиту. Задля формування конкурентного бізнес-середовища України потрібно розвивати франчайзингові відносини та формувати стратегії розвитку франчайзингових мереж.

У 2016 році на українському ринку функціонувало понад 20 тисяч франчайзингових торгових точок, а їх річний валовий дохід перевищує 1,3 трлн. дол. США, що говорить про те, що в Україні дійсно існує ринок франчайзингу, і, незважаючи на негативну економічну ситуацію протягом останніх років, франчайзинг має суттєвий позитивний вплив на розвиток бізнесу. На сьогоднішній день в Україні функціонують 461 франчайзер, 431 з яких - це відомі компанії. В даний час на ринку франшиз домінують вітчизняні франшизи. Українські франшизи контролюють 63% ринку. Решта 37% контролюють закордонні франшизи – переважно компанії із Західної та Східної Європи, Китаю, Росії та США. Здатність України в повній мірі реалізувати свій економічний потенціал в сфері франчайзингу залежить, головним чином, від її здатності здійснити економічні та регуляторні реформи, а не тільки від її макроекономічних показників.

Література

1. Офіційний сайт World Franchise & Business Report [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.franchise-update.com>.
2. Офіційний сайт Міжнародної Асоціації з франчайзингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.franchise.org>.
3. Офіційний сайт онлайн журналу Franchise Time [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.franchisetimes.com>.
4. Офіційний сайт Асоціації франчайзингу України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua>.
5. Офіційний сайт Franchise group [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://franchisegroup.com.ua>.
6. NeoAnalytics Рынок франчайзинга: итоги 2016г., прогноз 2017г. : [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.aup.ru>.