

УДК 338.22/477:005.591.43

Казакова Л.О.,
старший викладач кафедри міжнародної політики,
Ужгородський національний університет

Повханіч А.Ю.,
магістрант факультету міжнародних економічних відносин,
Ужгородський національний університет

ФРАНЧАЙЗИНГ В УКРАЇНІ: ОСОБЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Повханіч А.Ю., Казакова Л.О. Франчайзинг в Україні: особливості та перспективи розвитку. Статтю присвячено кількісному та якісному аналізу економічного стану та головних економічних тенденцій розвитку вітчизняного франчайзингу. З'ясовано, що основними бар'єрами розвитку вітчизняних франчайзингових компаній є недостатня кількість відомих брендів та фінансові обмеження, що зумовлені недоступністю кредитування. Гальмування розвитку франчайзингу також відбувається через знецінення національної валюти і недосконалість законодавчої бази. Виявлено, що вкладення коштів у розвиток франчайзингу в Україні з боку іноземних інвесторів може відбуватися недостатньо активно через несумлінне ставлення до виконання договірних зобов'язань й інтелектуальної власності в нашій країні. Досліджено сфери діяльності, які є найперспективнішими для відкриття франшизи на вітчизняному ринку сьогодні, та доведено перспективність франчайзингу як можливого двигуна економіки України.

Ключові слова: франчайзинг; франчайзингова мережа, франчайзер, франчайзі, договір концесії.

Повханіч А.Ю., Казакова Л.О. Франчайзинг в Украине: особенности и перспективы развития. Статья посвящена количественному и качественному анализу экономического состояния и главных экономических тенденций развития отечественного франчайзинга. Установлено, что основными барьерами развития отечественных франчайзинговых компаний является недостаточное количество известных брендов и финансовые ограничения, обусловленные недоступностью кредитования. Торможение развития франчайзинга также происходит из-за обесценивания национальной валюты и несовершенства законодательной

базы. Выявлено, что вложение средств в развитие франчайзинга в Украине со стороны иностранных инвесторов происходит недостаточно активно вследствие недобросовестного отношения к выполнению договорных обязательств и интеллектуальной собственности в нашей стране. Исследованы сферы деятельности, которые являются наиболее перспективными для открытия франшизы на отечественном рынке сегодня, и доказана перспективность франчайзинга как возможного двигателя экономики Украины.

Ключевые слова: франчайзинг; франчайзинговая сеть, франчайзер, франчайзи, договор концессии.

Povkhanych A.U., Kazakova L.O. Franchising in Ukraine: features and prospects of development. The article is devoted to the quantitative and qualitative analysis of the economic situation and the main economic trends of the development of domestic franchising. It is revealed that the main barriers to the development of domestic franchise companies are insufficient number of well-known brands and financial constraints due to inaccessibility of lending. The deceleration of franchising takes place also due to the depreciation of the national currency and the imperfection of the legislative framework. It was discovered that investing in the development of franchising in Ukraine by foreign investors may not be sufficient active due to the unfair attitude towards fulfillment of contractual obligations and intellectual property in our country. The areas of activity that are most promising for opening a franchise on the domestic market as of today are investigated, and the prospect of franchising as a possible engine of the Ukrainian economy is proven.

Key words: franchising, franchise network, franchisor, franchisee, concession contract.

Постановка проблеми. Посилення конкуренції на внутрішніх ринках і обмеження фінансових можливостей призвело до скрутного становища малого та середнього підприємництва в Україні. Щоб вижити в сучасних умовах, створюються різні види об'єднань, тому особливої актуальності набуває пошук нових ефективних організаційно-правових форм господарювання. Сьогодні франчайзинг є однією з інноваційних форм організації та ведення бізнесу, що дає змогу підвищити ефективність малого бізнесу завдяки унікальній можливості об'єднувати переваги малого й великого підприємництва та вирішувати різні економічні проблеми. Це пов'язано з тим, що франчайзинг будується на стабільних, юридично визначених зв'язках і дає можливість компаніям зберігати свою господарську самостійність.

Франчайзинг може стати серйозним двигуном активного розвитку малого підприємництва в Україні. Франчайзинг дає змогу використовувати стандарти роботи, що існують у головній фірмі, й виплачувати винагороду. Зазначена бізнес-схема дає можливість без зміни структури власності і без залучення позикового капіталу значно збільшити ринкову пропозицію товарів чи послуг і, як результат, прибутковість бізнесу. Значний інтерес вітчизняного бізнесу до участі у франчайзингових мережах зумовлює необхідність їх теоретичного та практичного дослідження з погляду стану, особливостей та перспектив розвитку у вітчизняному підприємницькому середовищі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відносини франчайзингу були об'єктом аналізу таких зарубіжних авторів, як Ф. Котлер, Ж. Ламбен, М. Мендельсон, Д. Стенворт. У вітчизняному науковому середовищі досліджували проблему формування та розвитку франчайзингу Т. Григоренко, О. Корольчук, І. Бойчук, А. Виноградська, В. Денисюк, М. Макашева, А. Цират. Авторами детально проаналізовано сутність, види франчайзингу, але недостатньо вивченим залишається питання розвитку саме франчайзингових мереж.

Формулювання цілей статті. Представлена стаття присвячена кількісному та якісному аналізу стану та головних економічних тенденцій функціонування франчайзингових відносин у вітчизняній промисло-

вості з позицій закономірностей розвитку франчайзингових структур як мереж, а також ідентифікації їхніх проблем та перспектив розвитку.

Виклад основного матеріалу. Іноземний досвід свідчить, що поліпшенню економічної ситуації в країнах значно сприяє малий бізнес, який у розвинутих країнах виробляє більше 50% ВВП, тоді як в Україні – лише близько 15–16% [1].

Франчайзингова форма мереж є досить привабливою для вітчизняних підприємців. Відповідно до Термінологічного словника Асоціації франчайзингу України, франчайзингова мережа визначається як «мережа точок, які використовують одну франшизу, й складається як мінімум із двох суб'єктів – франчайзера та франчайзі, які перебувають на різних рівнях правовідносин» [2].

Розвиток франчайзингу в Україні стримується цілою низкою чинників, основними з яких є:

- недосконалість законодавчої бази;
- відсутність у вітчизняних підприємців досвіду роботи в рамках франчайзингу;
- несумлінне ставлення до виконання договірних зобов'язань і чужої інтелектуальної власності;
- низький рівень розвитку банківського кредитування [3].

Незважаючи на це, щорічно протягом п'яти післякризових років ринок франчайзингу продовжує зростати стрімкими темпами [4].

Динаміка кількості франчайзерів в Україні представлена на рис. 1.

Аналіз діаграми на рис. 1 показує, що за тривалий період (15 років) лише в 2009 та 2014 рр. спостеріглося скорочення кількості франчайзерів на 35% та 1% відповідно, що можна пояснити зниженням ділової активності у зв'язку з фінансовою кризою 2008 р. та суспільно-політичними подіями 2013–2014 рр. на сході та півдні України. Проте навіть у 2014 р., коли кількість франчайзерів скоротилася, кількість власників франшиз продовжувала зростати. Спеціалісти вважають, що в 2014 р. економічна криза відіграла позитивну роль для франчайзингу загалом, а виживання компаній у цей період залежало від їхньої здатності впроваджувати істотні вдосконалення у своїй бізнес-процесі. Опитування суб'єктів підприємництва, що було проведене

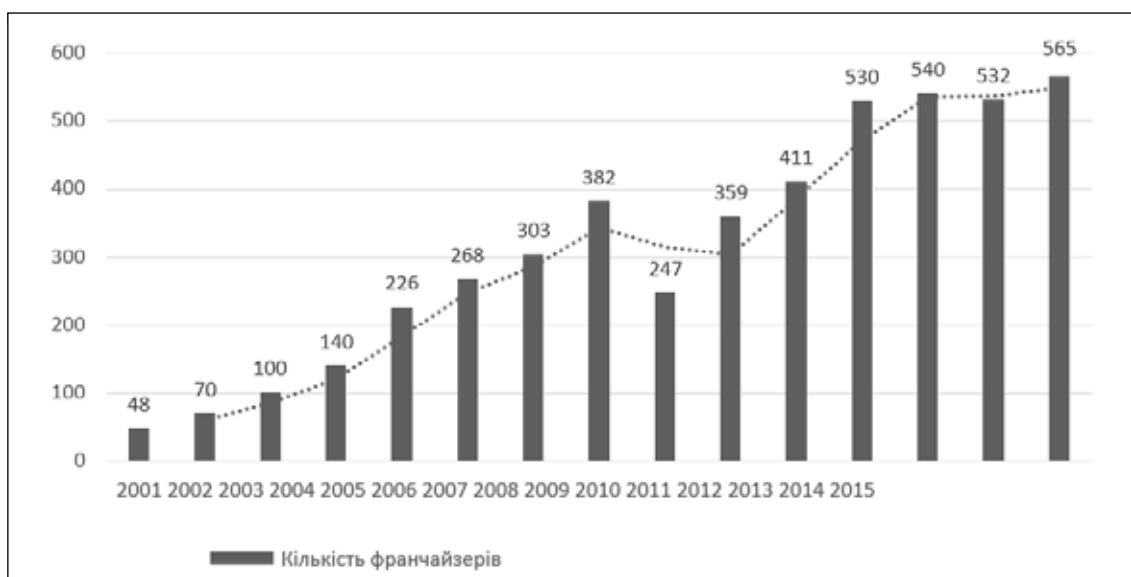


Рис. 1. Динаміка кількості франчайзерів в Україні за період 2001–2015 рр.

Джерело: складено за [4]

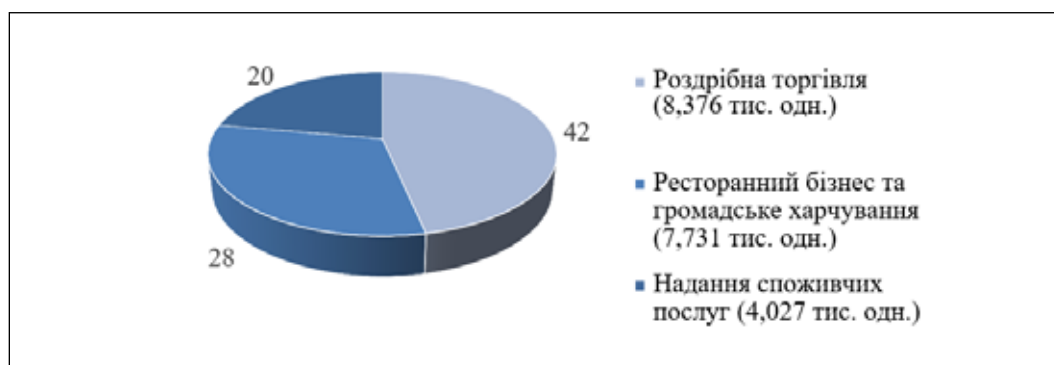


Рис. 2. Структура кількості франчайзингових точок за основними сферами функціонування франчайзингу в 2015 р. (%)

Джерело: складено за [4]

Комерційною службою США спільно з Franchise Group та Асоціацією ритейлерів України, показало, що збільшення обсягу загального щорічного доходу у франчайзерів відбувалося завдяки введенню нових продуктів або послуг (57% респондентів), вдосконаленню позиціонування на ринку (43% респондентів), підвищенню оперативної ефективності на рівні окремих об'єктів (40%). Загалом протягом досліджуваного періоду кількість франчайзерів зростала. Найбільший її приріст (61%) був зафіксований у 2005 р.

Стійкість франчайзингової моделі бізнесу підтверджують статичні дані про те, що серед усіх українських підприємств 77% приватних підприємців припиняють роботу на ринку після семи років, а після 10 років роботи на ринку залишаються лише 18%. У компаній, які працюють за договорами франчайзингу, ці показники набагато оптимістичніші: лише 8% підприємців припиняють роботу через п'ять років, а близько 90% зберігають ринкові позиції після 10 років роботи [4].

Втім, уважати франчайзинг винятково вигідним і абсолютно надійним бізнесом із мінімальними витра-

тами і ризиками – це помилка. Франчайзі розоряються не менше, ніж інші підприємці.

Середня статистика за останні п'ять років в Україні виглядає так:

- 20% франчайзі багато, старанно й успішно працюють, насолоджуються своєю працею і добре заробляють;
- 50% працюють приблизно «виходять у нуль» із періодичним виходом на прибуток;
- 30% франчайзі розоряються і закривають точку вже протягом першого року після відкриття.

Варто зазначити, що вітчизняна статистика ще досить оптимістична, оскільки в Європі та США вона виглядає сумніше: розоряються в перший рік до 80% нових франчайзингових точок [5]. Щоб усвідомити масштаби проблеми, потрібно враховувати, що в США франчайзинг користується куди більшим попитом. Цьому віддають сили і час 80% підприємців, у країнах Європи – близько 67%, а в Україні він тільки набирає обертів і не сягає поки навіть 30% ринку [6].

У структурі франчайзингових компаній за видами економічної діяльності переважають роздрібна тор-

гівля, діяльність у сфері ресторанного бізнесу та громадського харчування.

Більшість франчайзингових мереж, які працюють в Україні, складаються на більш ніж 70% із франчайзингових точок, тобто з компаній, які є юридично та господарсько самостійними суб'єктами, пов'язаними з головною компанією договором-концесією.

Переважання франчайзингових точок у всіх сферах пояснюється, з одного боку, привабливістю франчайзингу як бізнес-моделі, що забезпечує зниження витрат та ризиків, а з іншого – домінуванням декількох операторів на ринку, що має ознаки олігополії.

Зокрема, у сегменті роздрібної торгівлі більше 60% торгових точок працюють під брендом п'яти найбільших франчайзерів: «Наша Ряба» (2 600 франчайзингових точок), «Гаврилівські курчата» (1 300 франчайзингових точок), «Цифротех» (801 франчайзингова точка), «Том Фарр» (247 франчайзингових точок) і «Наш Край» (161 франчайзингова точка).

У секторі послуг майже 60% франчайзингових торгових точок працюють під брендами трійки провідних франчайзерів: «Нова пошта» (2 060 франчайзингових точок), «Універсальна» (1 800 франчайзингових точок) і «Експрес-клінінг» (400 франчайзингових точок) [7].

У секторі громадського харчування та ресторанного бізнесу найбільший гравець – «Фаст Фуд Системз» – контролює майже 10% торгових точок через три франшизи: «Піца Челентано» (163 франчайзингові точки), «Картопляна Хата» (21 точка) і «Яппі» (чотири точки).

Франчайзингові точки мають дещо обмежену самостійність у визначенні стратегії та стандартів діяльності, але вони мають значну свободу в операційній діяльності й являють собою незалежних підприємців, які на партнерських засадах співпрацюють між собою та головною компанією. Отже, франчайзингові мережі компаній, що активно розвиваються в різних галузях економіки України, являють собою специфічний тип мереж, які близькі за своїми ознаками до ринкових міжфірмових мереж, оскільки складаються із самостійних суб'єктів, що мають можливість незалежного прийняття рішень з широкого кола господарських питань, специфіка координації діяльності яких полягає у наявності чітких умов співпраці, що пропонуються головною компанією – франчайзером через умови договору.

Особливістю роботи за схемою франчайзингу є використання франчайзі комерційної інформації (ноу-хау) та ділової репутації франчайзера. Чинне законодавство України відносить ці поняття до об'єктів інтелектуальної власності, які не підлягають реєстрації, і надання можливості їх використання відбувається за договором концесії. Захист ноу-хау та ділової репутації, згідно із законодавством, може відбуватися у різний спосіб, що зумовлює необхідність чіткого формулювання умов франчайзингового договору, щоб уникнути проблем у разі необхідності правового захисту прав на зазначені об'єкти [8].

Сьогодні на вітчизняному ринку домінують українські франшизи, вони контролюють 66% ринку, інші 34% представлені іноземними компаніями [3]. 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) все ще становлять російські компанії. Присутність в Україні іноземних компаній як франчайзерів має певні позитивні наслідки. Функціонування іноземних франчайзерів дає змогу вітчизняним підприємствам із 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 [9].

У зв'язку з падінням курсу національної валюти, зниженням купівельної спроможності, ростом інфляції тощо вітчизняні компанії більшу зацікавленість проявляють до ліцензій, ціна яких виражена у гривнях, а також до тих, які не потребують використання імпортного обладнання.

Міжнародні компанії з великою обережністю вибирають собі українських партнерів і віддають перевагу організації мережі власними силами, вкладаючи засоби в будівництво, купуючи функціонуючі об'єкти чи орендуючи їх. Таким чином, український ринок франчайзингу, на думку спеціалістів, є одним із найбільш складних, що пояснюється зазначеною вище недосконалістю вітчизняного законодавства щодо франчайзингової моделі бізнесу та особливостями вітчизняної підприємницької ментальності. Негативними ознаками останньої є схильність вітчизняних підприємців до порушень, насамперед, прав інтелектуальної власності та низький рівень економічної довіри.

Основним сегментами, в яких розвиваються франчайзингові мережі в Україні, є ресторанний та готельний бізнес, продаж споживчих товарів, автомобільні послуги, бізнес-послуги, послуги на ринку нерухомості, побутові послуги.

Важливим стримуючим чинником розвитку франчайзингу в Україні є низький рівень банківського кредитування. В економічно розвинених країнах більшість фінансових установ має відділи, які займаються фінансуванням такої моделі підприємництва, адже вона вважається найбільш удаलोю моделлю стартап-бізнесу. За даними Міжнародної асоціації франчайзингу (IFA), середня рентабельність інвестицій за перші 10 років роботи для звичайних незалежних підприємств становить близько 300%, а для підприємств, що працюють на умовах франчайзингу, – більше 600%. Окрім того, кількість банкрутів серед франчайзингових підприємств становить менше 10% протягом перших трьох років роботи, тоді як серед незалежних підприємств – близько 90%. У цілому на ринку банківських послуг України практично відсутні програми фінансування франчайзингу. Причинами такої ситуації є підвищений ризик неповернення кредитних коштів, а також відсутність практичного франчайзингового досвіду у позичальника. Банківськими пріоритетами під час фінансування франчайзингу є середні та великі компанії аграрного сектору; міжнародні компанії; вітчизняні компанії зі стабільними фінансовими показниками та позитивною діловою репутацією. Варто також звернути увагу на той факт, що всі банки вимагають ліквідну заставу, наприклад депозит, нерухоме майно, нове обладнання тощо. При цьому практично нехтуючи вартістю бренда, що спричинено великою часткою суб'єктивності під час його оцінювання [10].

Сьогодні законодавством України вже передбачено майже 500 видів діяльності в 75 галузях господарської діяльності, які доступні малому та середньому бізнесу. Однією з ключових проблем, які заважають сьогодні стрімко розвинути малий та середній бізнес на основі франчайзингу, є відсутність розуміння його суті учасниками ринку. Ця проблематика вирішується за рахунок удосконалення систем навчання навчальних закладів та бізнес-освіти.

Висновки. Міжнародний досвід засвідчує, що франчайзингова модель є порівняно більш успішною і фінансово стійкою навіть в умовах криз. Це означає, що франчайзингові мережі в Україні будуть і надалі розвиватися. Спеціалісти прогнозують, що сьогодні основними франчайзинговими сегментами, де є певні пер-

спективи для розвитку, можуть стати ті, які випускають продукцію у середньому і нижче ціновому сегменті, не потребують коштовного іноземного обладнання, номінують стартові інвестиції у гривні й передбачають тривалі терміни їх повернення. За сферами діяльності традиційно найперспективнішими вважаються сфера роздрібної торгівлі, сфера ресторанного бізнесу та надання споживчих послуг, особливо для дітей.

Світовим трендом у розвитку франчайзингових мереж є все більше їх розгалуження та зростання економічної ваги. Зусилля держави сьогодні мають спрямовуватися на усунення перешкод, що існують на шляху формування та ефективного функціонування франчайзингових мереж, насамперед у законодавчій та фінансовій сферах.

Список використаних джерел:

1. Костюк А.К., Дергачова В.В. Перспективи розвитку сучасних підприємств на умовах франчайзингу. URL: <http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2014-35.pdf>.
2. Говорушко Т.А., Тимченко О.І. Малий бізнес. К.: Центр учбов. літ-ри, 2006. 200 с.
3. Про франчайзинг / FRANCHISE GROUP. 2017. URL: <https://franchisegroup.com.ua/about-company/franchising>.
4. Франшизы в Украине устойчивы к кризису. Общий обзор сектора франчайзинга и его показатели на основе анкетирования / FRANCHISE GROUP. 2015. URL: http://franchisegroup.com.ua/bitrix/templates/nakitel_tpl/img/pdf/Franchise%20Business%20Outlook%20Report.pdf.
5. Мазуренко В.П. Розвиток франчайзингових відносин у міжнародному бізнесі. URL: <http://journals.uran.ua/nvgeci/article/viewFile/21638/19273>.
6. Бізнес за франшизою в Україні: переваги, недоліки та поради з вибору / AG MARKETING. 2018. URL: <https://ag.marketing/biznes-za-franshyzoju-v-ukrayini/>.
7. Український франчайзинг у 2014 році / FRANCHISING.UA. 2014. URL: <http://franchising.ua/stattya/2506/ukrainskiyfranchayzing-u-2014-roci/>.
8. Галушка С.О. Особливості та перспективи розвитку франчайзингу в Україні. URL: http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2011/v2/NV-2011-V2_9.pdf.
9. Глушаченко Н.А. Міжнародний франчайзинговий бізнес. URL: http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8608/1/term%20paper_IE_Glushachenko.pdf.
10. Франчайзинг и продажа готового бизнеса. URL: <http://franchise.ua/board/29>.