

УДК 658.7

## ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК АЛЬТЕРНАТИВНИЙ ІНСТРУМЕНТ ЕФЕКТИВНОГО ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

**О. В. Попко**

студентка 4 курсу, група М-11, навчально-науковий інститут економіки та менеджменту  
Науковий керівник – д.е.н., професор М. В. Мальчик

*Національний університет водного господарства та природокористування,  
м.Рівне, Україна*

**Стаття присвячується питанням розвитку нового в Україні інструменту ведення бізнесу - франчайзингу. Представлено аналітичний огляд стану ринку франчайзингу в Україні у 2001-2013 рр. Вказано основні проблеми розвитку франчайзингової діяльності в Україні.**

**Ключові слова:** бізнес, франчайзинг, ринок.

**Статья посвящается вопросам развития нового в Украине инструмента ведения бизнеса - франчайзинга. Представлен аналитический обзор состояния рынка франчайзинга в Украине в 2001-2013 гг. Указано основные проблемы развития франчайзинговой деятельности в Украине.**

**Ключевые слова:** бизнес, франчайзинг, рынок.

**The article is dedicated the questions of development of new in Ukraine instrument of conduct of business - franchising. The state-of-the-art review of market of franchising condition is presented in Ukraine in 2001-2013. The basic problems of franchising activity are indicated in Ukraine.**

**Key words:** business, franchising, market.

**Постановка проблеми.** Фінансова криза все більше впливає на ще донедавна прибуткові напрями економічної діяльності. В умовах різкого обмеження фінансових ресурсів та значного зниження товарообігу привабливі для інвестицій сфери економіки стають ризиковими. Операторам доводиться відмовлятися від стратегії регіональної експансії за рахунок власних і залучених засобів. У тім спеціалісти зазначають про доцільність застосування франчайзингових технологій у різних сегментах економіки з метою мінімізації ризиків та надання стійкості брендам ритейлерів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженнями теорії та практики франчайзингу займаються як зарубіжні, так і вітчизняні автори, зокрема, Котлер Ф., Мендельсон М., Шейн С., Ковальчук Н., Ляшенко В., Широбокова Н., Шкромада В. та ін. Однак, незважаючи на достатню кількість публікацій з питань франчайзингу, питання щодо запровадження принципів франчайзингу в Україні лишаються відкритими.

**Виклад основного матеріалу.** Сутність франчайзингу полягає у наданні власником франшизи (франчайзером) індивідуальному підприємцю (франчайзі) ліцензію (франшизу) на виробництво продукції, торгівлю товарами або надання послуг під торговельною маркою франчайзера на обмеженій території, на термін й умовах, визначених договором та за певну компенсацію (роялті). Тобто, в сучасних умовах франчайзинг являє собою право, яке надає можливість франчайзі розпочинати власний бізнес або здійснювати певний вид діяльності під торговою маркою франчайзера на основі укладеної франчайзингової угоди.

У свою чергу, франчайзингова угода – це привабливіші умови започаткування бізнесу за рахунок використання ефективної практики, досвіду успішних підприємств, певна підтримка в усіх сферах: від закупки сировини і вибору технології до збуту готової продукції безпосереднім споживачам [4].

Доказом того, що франчайзинг є одним із ефективних інструментів ведення бізнесу, є те, що такий шлях розвитку активно використовують такі визнані «монстри» світового товарного ринку, як Coca-Cola, McDonald's, ІКЕА та інші. Також власний розвиток як франчайзі починав і такий лідер світового ритейлу як американська мережа Wal-Mart. Лідером за рівнем проникнення франчайзингу вважають США, де у межах 1,5 тис. франчайзингових мереж працюють близько 350 франчайзі, а річний оборот цієї системи перевищує 1,5 трлн. дол. США. Крім того, до франчайзингових відносяться понад 40% підприємств роздрібною торгівлі. У країнах ЄС частка франчайзингу у роздрібній торгівлі становить близько 30% (приблизно 4000 франчайзингових мереж з оборотом понад 120 млрд.дол.США на рік).

Разом з тим, у США у 1991-1993 рр., саме завдяки франчайзингу було подолано економічний спад країни. Результати досліджень американських економістів у період попередньої економічної кризи, виявили наступне: близько половини нових компаній, що створюються під час кризи, як правило, припиняють своє існування уже через 2-3 роки, а через 5 років рівень банкрутства сягає 70%. Натомість, за даними міністерства торгівлі США, упродовж року закриваються лише 4% компаній, що працюють за системою франчайзингу. Результати аналогічних досліджень Міжнародної франчайзингової асоціації зазначають: кількість банкрутств серед франчайзингових компаній складає, як правило, не більше 1%.

Саме тому франчайзинг доцільно розглядати як сучасну успішну альтернативну модель розвитку вітчизняного бізнесу. Загалом, в Україні франчайзингова діяльність охоплює торговельно-посередницьку сферу та сферу послуг.

Слід відзначити, що в Україні вже напрацьовано позитивний досвід франчайзингу в різних сегментах бізнесу. Так, на початок 2013 р. рівень проникнення франчайзингу в сферу ритейлу, за оцінками спеціалістів, склав близько 40%. За даними Української асоціації франчайзингу, кількість франчайзингових точок у 2013 році зросла на 19% у порівнянні з 2012 роком (рис.1). Така динаміка свідчить про швидкий розвиток ринку франчайзингу в Україні, його прибутковості, а відтак зростання зацікавленості українських підприємців у використанні франчайзингових технологій. При цьому, експерти запевняють, що франчайзинг може бути цікавим як крупним операторам, так і невеликим регіональним мережам.

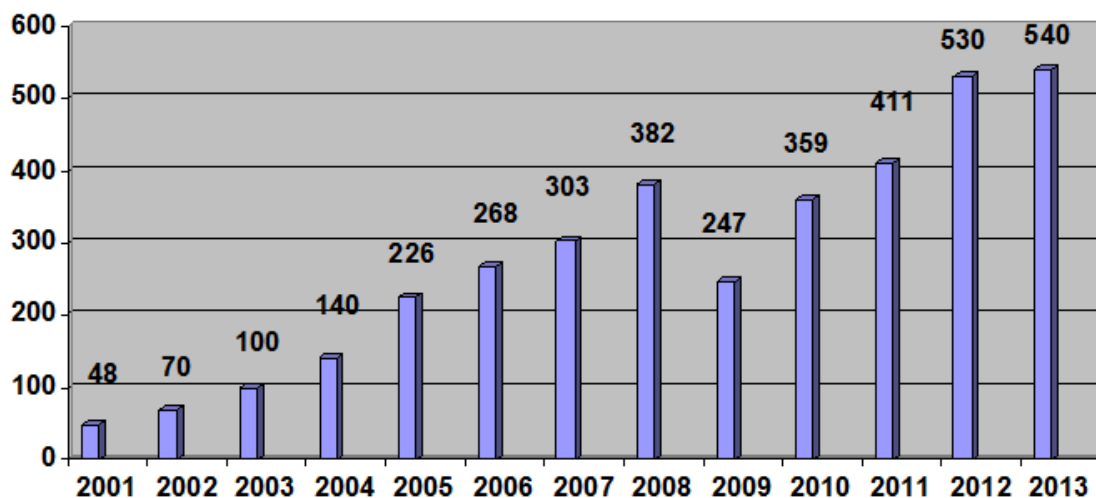


Рис. 1. Динаміка кількості франчайзерів в Україні за 2001-2013 рр. [5]

За результатами досліджень Української асоціації франчайзингу, загальна кількість франчайзерів в Україні у 2013 році становила 540. Проте за результатами досліджень іншого експерта у галузі франчайзингу - консалтингової компанії «ТРИАРХ» - зазначають про те, що вказана цифра є суттєво перевищеною: на практиці значно менше компаній працюють за принципами франчайзингу. На думку експерта, основною причиною такої розбіжності даних є недостатньо чітке розуміння вітчизняними підприємцями відмінностей розвитку філіяльних мереж та мереж фразчайзингу.

За офіційними даними франчайзингової групи України на сьогоднішній день в Україні на сьогоднішній день в країні досить активно розвиваються різноманітні закордонні та вітчизняні франшизи. Це McDonalds, Coca-Cola, Ford, Zinger, Pepsi Co, ТМ «Піцца Челентано», Форнетті, Дім кави, Картопляна Хата, ТМ «Михайло Воронін», ТМ «ZARINA», Галопом по Європам, Наша Ряба та інші [4]. На даний момент розвитку франчайзингу в Україні має наступний вигляд (рис. 2).

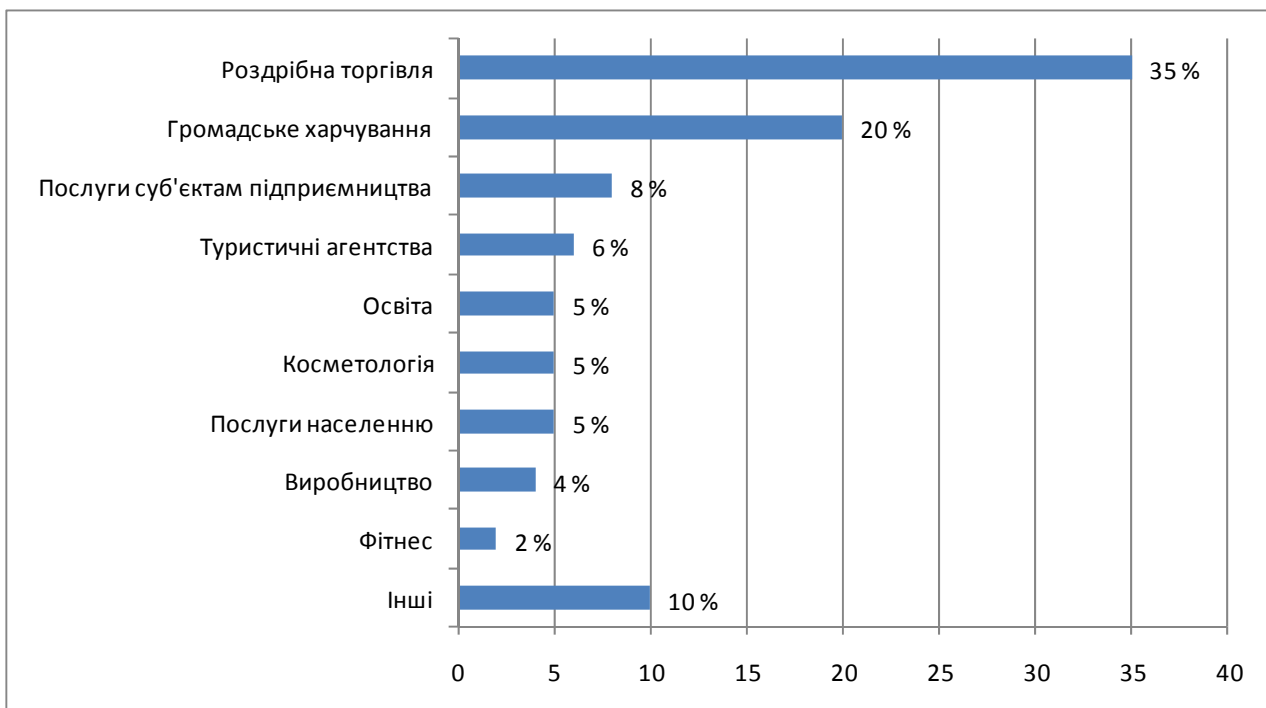


Рис. 2. Структура франчайзингу в Україні [6]

За даними [6] на сьогодні найбільш привабливими та прибутковими галузями економіки України, в яких розвиваються та працюють франчайзингові компанії є роздрібна торгівля, громадське харчування, послуги для вітчизняного бізнесу.

Результати дослідження консультаційної компанії «ТРИАРХ» щодо стану ринку франчайзингу в Україні виявили:

1. Найбільш прибутковими є компанії, що розвивають іноземні франшизи, зокрема, «Coca Cola», «Pepsi», «Calsberg», «InBev», «Lukoil», «Ліга Інвест», «Дельта Спорт» та інші. До десятка найприбутковіших лідерів увійшла також українська компанія-франчайзер – «Система швидкого харчування» (FFS).

2. Найбільша частка ринку належить франчайзинг-компаніям Майстер франчайзі, які контролюють понад 30% грошового обігу України («Дельта Спорт», «Ліга Інвест», «Helen Marlene»);

3. Франчайзинг є високоприбутковим і рентабельним бізнесом. Так, у 2012 - 2013 р. готівковий обіг першої десятки франчайзерів склав близько 1,5 млрд. дол. США. Однак, починаючи з 2013 р. відбувається уповільнення готівкового обігу найбільш прибуткових

франчайзерів, зокрема, у сегменті громадського харчування на 30-40%, роздрібній торгівлі – 40-50%, будівництві – 60-70%.

4. Франчайзинг є економічно вигідним для держави, оскільки дозволяє створювати нові робочі місця. Кількість персоналу, що працює в системі франчайзингу у 2013 р. сягнула понад 200 тис.чол. Зростає зацікавленість у розвитку франчайзингу і у підприємців. Зростання зацікавленості українських підприємців до запровадження франчайзингових технологій зумовлено тим, що навіть починаючий підприємець у разі придбання франшизи, отримує можливість працювати під іменем відомого бренда. Крім того, вагомою перевагою для франчайзі є використання вже налагодженої франчайзером логістики, а також усталених відносин з постачальниками.

5. Висока перспективність галузевого розвитку. На сьогодні франчайзингові технології використовують у 15 галузях, основними з яких є: роздрібна торгівля, громадське харчування, виробництво, сервіс тощо. У перспективі є ще чимало галузей в Україні, що будуть діяти на умовах франчайзингу, зокрема, сільське господарство, операції з нерухомістю, дизайн і архітектура, дистрибуція, логістичні послуги, юридичні послуги тощо.

У цілому в Україні досить великі перспективи для використання франчайзингу, а саме його розвиток дозволить: підвищити культуру підприємницьких відносин; підвищити ефективність позитивного державного впливу на розвиток тих чи інших видів діяльності та на мале підприємництво; поліпшити етичний клімат бізнесу; створити нові робочі місця; залучити іноземні інвестиції в економіку; посилити правову захищеність малого підприємництва; ініціювати розробку нових ідей, методів і технологій у бізнесі тощо.

Однак, незважаючи на зазначені переваги, ринок франчайзингу в Україні, на думку експертів, має ряд проблем, що потребують вирішення:

1. недосконалість нормативно-правової бази;
2. невідповідність переважної більшості вітчизняних компаній міжнародним вимогам франчайзингу;
3. відсутність практики апробації бізнесу;
4. відсутність достатньої кількості кваліфікованих кадрів у сфері франчайзингу;
5. висока вартість франшизи;
6. відсутність державної підтримки.

**Висновки.** У сучасних умовах ведення бізнесу ризиковим є будь-яке вкладання коштів у підприємницьку діяльність. Не зважаючи на те, що в останні два роки більшість бізнес-проектів стали збитковими, франчайзинг лишається прибутковим бізнесом, як для франчайзера, так і для франчайзі. При поступовому виході економіки з найгострішої фази кризи франчайзинг стане одним із найбільш прогнозованих і перспективних напрямків економічної діяльності.

1. Дикаленко М., Московчук Э. Имя напрокат // Бізнес. – 2008. - №46. – С.123-125.
2. Махнуша С. М. Франчайзингова форма бренду : погляд з позицій маркетингу інновацій. – 2010. - № 2. – С.26-33.
3. Суховатий О. В. Особливості реалізації франчайзингу в Україні // Проблеми науки. – 2007. – №2. – С.62-64.
5. Тарасенко К., Левтун М. Франчайзингові інструменти розвитку бізнесу / К.Тарасенко, М.Левтун // Актуальні проблеми економіки підприємств. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://kneu.edu.ua/>.
6. Офіційний сайт франчайзингової групи України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua/franchising/sostojanie-rynka.html>.
7. Офіційний сайт Української асоціації роботодавців в галузі франчайзингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://franchising.ua/>.
8. Статті [Електронний ресурс] // ТРІАРХ консалтинг// Режим доступу: <http://www.triarh.com/ru/arts570.html>.