

РИНОК ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

Лукашевич Т.С., магістр, Щербак В.Г., д.е.н., проф.

Київський національний університет технологій та дизайну

Анотація. Представлено аналітичний огляд стану ринку франчайзингу в Україні та світі. Вказано основні проблеми розвитку франчайзингової діяльності в Україні.

Ключові слова: бізнес, франчайзинг, франчайзер, франчайзі.

РЫНОК ФРАНЧАЙЗИНГА В УКРАИНЕ И МИРЕ

Лукашевич Т. С. магистр, Щербак В.Г., д.э.н., проф.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Аннотация. Представлен аналитический обзор состояния рынка франчайзинга в Украине и мире. Указано основные проблемы развития франчайзинговой деятельности в Украине.

Ключевые слова: бизнес, франчайзинг, франчайзер, франчайзи.

FRANCHISING MARKET IN UKRAINE AND THE WORLD

Lukashevych T., Shcherbak V.

Abstract. The state-of-the-art review of market of franchising condition is presented in Ukraine and the world. The basic problems of franchising activity are indicated in Ukraine.

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

Постановка проблеми. Франчайзинг – це досить ефективний інструмент, що дозволяє розвивати малий бізнес, є чудовим способом поєднання переваг великого та малого підприємництва, використання досвіду великих компаній для розвитку малого бізнесу.

На сьогоднішній день на українському ринку функціонує понад 20 тисяч франчайзингових торговельних точок. Це доводить, що в Україні дійсно існує ринок франчайзингу, і, не дивлячись на негативну економічну ситуацію в останні роки, франчайзинг має позитивний вплив на розвиток бізнесу. Крім того, стійкість франчайзинга в Україні в останній час демонструє, що українські бізнесмени, як правило, знаходять способи обернути негативні зовнішні фактори на свою користь.

Значний відрив нашої країни від світової економіки виправданий тим, що вона лише більше 20 років тому перейшла у сферу ринкових відносин, у той час як у країнах Західної Європи і США франчайзинг існує вже понад століття.

Аналіз останніх досліджень та невирішена частина проблеми. Дослідженням розвитку франчайзингу займалися провідні вітчизняні та зарубіжні вчені: А. Костюк, Н. Глушаченко [2], Ф. Котлер, М. Мендельсон, С. Шейн, В. Мазуренко [4], Є. Галушка [1]. 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.

Метою даної статті є дослідження стану розвитку франчайзингу в Україні та окреслення кола проблем, які слід вирішити для успішного розвитку вітчизняного ринку франчайзингу.

Результати дослідження. Франчайзинг (фр. franchise – пільга, привілей) – це форма ліцензування, згідно з якою одна фірма (франчайзер) передає іншій (франчайзі) за визначену плату франшизу, тобто право на користування пакетом послуг [6]. 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 [5, 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 [2].

У 2017 році, 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 [8]. Розподіл франчайзингового ринку США на початку 2017 року, за даними американської компанії IHS Economics, подано на рис. 1.



Джерело: розроблено авторами на основі [8].

Рис. 1. Структура ринку франчайзингу США за галузями економіки станом на січень 2017 рік

Найбільшу частку ринку франчайзингу США займає категорія ресторанів швидкого харчування (26%), проте прогнозується, що до кінця 2017 році їх кількість значно збільшиться і частка сягне 33% американського ринку франчайзингу. Також передбачається зростання сегменту побутових (особистих) послуг [8]. З-поміж ста найбільш популярних франчайзингових компаній світу в Україні представлені McDonalds, KFC, 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 табл. 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 (табл. 1).

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 зростання;

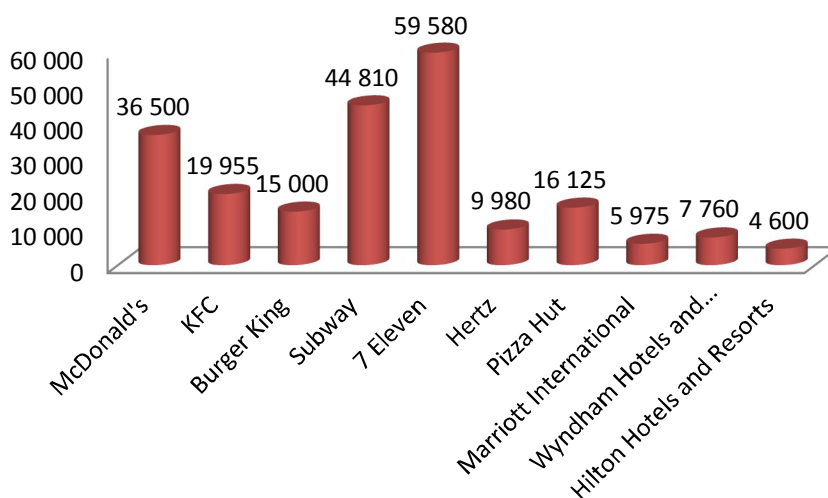
- кількість років діяльності на ринку;
- темпи розширення ринку;
- передовий досвід угалузі підтримки і навчання франчайзі;
- екологічна політика;
- соціальна відповідальність [9].

Таблиця 1

Топ-10 світових франшиз

Ранг	Назва франшизи	Країна походження	Промисловість	Кількість точок
1	McDonald's	США	Харчова (фаст-фуд)	36 500
2	KFC	США	Харчова (фаст-фуд)	19 955
3	Burger King	США	Харчова (фаст-фуд)	15 000
4	SUBWAY®	США	Харчова (фаст-фуд)	44 810
5	7 Eleven	США	Супер-маркет	59 580
6	Hertz	США	Дилер, прокат автомоблів	9 980
7	Pizza Hut	США	Харчова (фаст-фуд)	16 125
8	Marriott International	США	Готель	5 975
9	Wyndham Hotels and Resorts	США	Готель	7 760
10	Hilton Hotels & Resorts	США	Готель	4 600

Джерело: розроблено авторами на основі [9].



Джерело: розроблено авторами на основі [9].

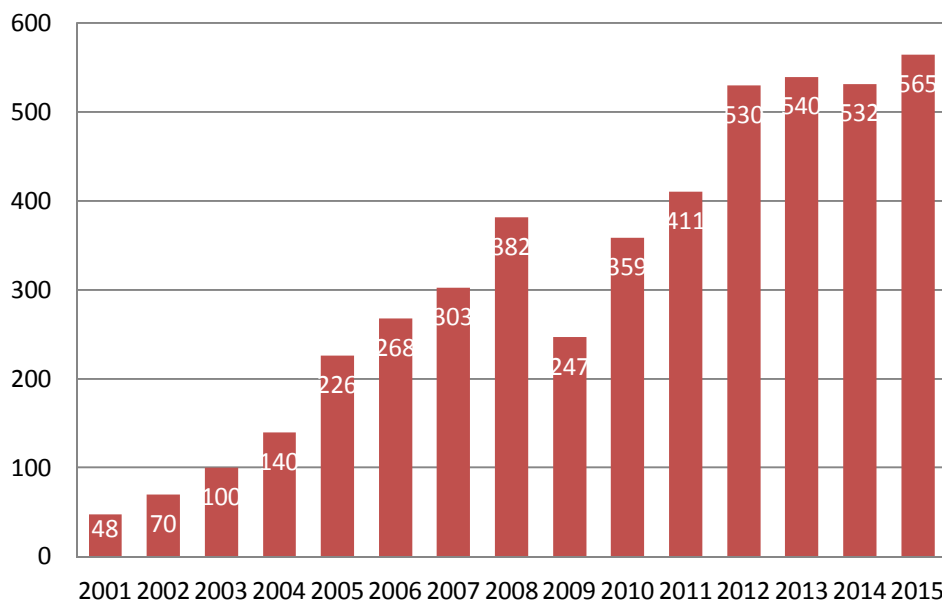
**Рис. 2. Загальна кількість закладів та торгових точок
Топ-10 світових компаній-франчайзерів**

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 [4].

Перша франчайзингова точка на Україні почала працювати в 1993 р. у рамках міжнародної інформаційної системи «Компас» (Нідерланди); пізніше на ринку з'явився McDonald's. З часом і українські підприємці побачили переваги франчайзингового виду

діяльності. Як результат, у 1999 р. в Києві було відкрито першу українську франчайзингову точку – піцерію Pizza Selentano.

Не дивлячись на економічні проблеми останнього часу, франчайзинг в Україні продовжує розвиватися і розповсюджуватися в різних секторах і багатьох регіонах. По даним «Franchise Group», однією з причин є те, що українці розглядають франчайзинг як одну з найбільш вдалих форм інвестування капіталів, так як він пропонує надійні і перевірені на практиці моделі ведення бізнесу. У 2015 році в Україні налічувалось 565 франчайзерів, із яких 431 – це відомі компанії, а 134 – нові компанії, які тільки відкрили свої перші точки. Загальна кількість торгових точок складала 20 134.



Джерело: розроблено авторами на основі [7].

Рис. 3. Кількість франчайзерів в Україні у 2001-2015 рр.

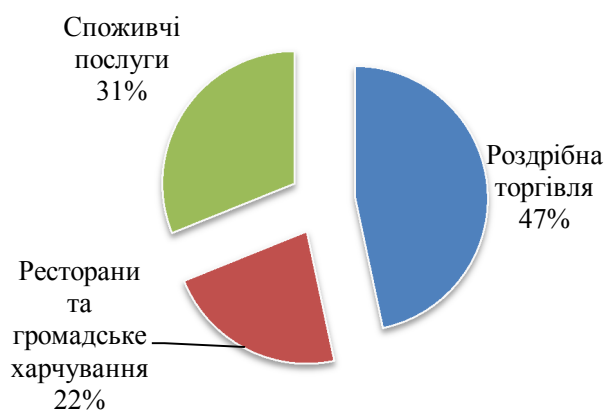
Як показано на рис. 3, з 2009 року спостерігається стабільно позитивний ріст кількості франшиз, якщо не вважати незначне падіння в 2014 році. Але навіть у 2014 році, коли кількість франчайзерів скоротилась через їх нездатність пережити економічну кризу в Україні, кількість власників франшиз продовжувала рости.

Як показано на рис. 4, більшість українських франшиз працюють в підгалузі роздрібної торгівлі товарами і послугами. Понад чотири з десяти франчайзингових точок в Україні працюють в секторі роздрібної торгівлі продуктами харчування, чотири із десяти франчайзингових точок функціонують в секторі послуг, дві із десяти франчайзингових точок – в ресторанному секторі.

В сегменті роздрібної торгівлі більш ніж 60% торговельних точок працюють під брендом п'яти найбільших франчайзерів: «Наша Ряба» (2600 франчайзингових точок), «Гаврилівські курчата» (1300 франчайзингових точок), «Цифротех» (801 франчайзингова точка), «Том Фарр» (247 франчайзингові точки) та «Наш край» (161 франчайзингова точка).

В секторі послуг майже 60% франчайзингових торговельних точок працюють під брендами трійки ведучих франчайзерів: «Нова пошта» (2060 франчайзингових точок), «Універсальна» (1800 франчайзингові точки) та «Експрес-клінінг» (400 франчайзингових точок).

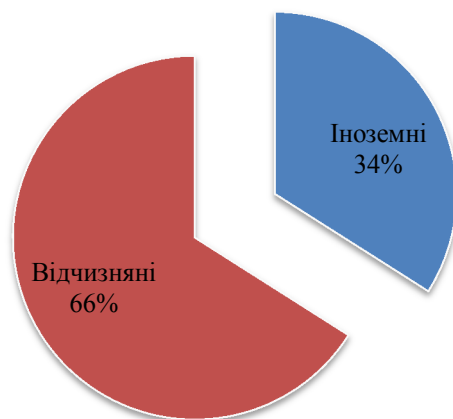
В секторі громадського харчування і ресторанного бізнесу найбільший гравець «Фаст Фуд Системз» контролює майже 10% торгових точок через три франшизи: «Пицца Челентано» (163 франчайзингові точки), «Картопляна Хата» (21 точка) та «Яппі» (4 точки).



Джерело: розроблено авторами на основі [7].

Рис. 4. Кількість франчайзингових точок в розбивці по секторах економіки, данні за серпень 2015 р.

У 2015 році на українському ринку франчайзинга домінували вітчизняні франшизи, контролюючи 66% ринку (рис. 5). Зарубіжні франшизи, контролюючи інші 34% ринку, за своїм походженням розподіляються наступним чином: 191 компанія представляють такі країни, як Бельгія, Франція, Польща, Білорусь, Германія, Китай, Фінляндія, Росія, США, Італія та Венгрія. Внаслідок девальвації української валюти, інфляції та пониження купівельної спроможності населення спостерігається зріст зацікавленості до тих франчайзингових ліцензій, які деноміновані в місцевій валюті і не прив'язані к іноземному обладнанню.



Джерело: розроблено авторами на основі [7].

Рис. 5. Порівняння кількості вітчизняних та зарубіжних франшиз

Перелік найбільш привабливих франшиз в Україні (як вітчизняних, так і іноземних), розмір вступного платежу, роялті, термін окупності проектів подано у табл. 2.

Найперспективнішим франчайзинговим проектом у 2017 році є beauty-сервіс «G. Bar», який відкриває свої точки по всій Україні та у країнах СНД. На даний момент, лише за рік, в Україні відкрито 7 точок, 4 з яких – франчайзингові. Основною перевагою даної франшизи є невеликий вступний платіж, достатньо швидкий термін окупності (від восьми місяців), невеликі за розміром роялті, що становлять 5%. Розмір інвестицій для відкриття салону складає від 50 000 доларів [10].

Однією з найвідоміших франшиз, що вже давно існують на ринку громадського харчування України, є «Львівська Майстерня Шоколаду» та «Франс. Уа». Перевагами даних

закладів є відома товарна марка, довіра споживачів та відсутність роялті. Термін окупності даних франшиз складає в середньому 1,5–2 роки.

Таблиця 2

Найбільш відомі франшизи в Україні

Назва ТМ франчайзингової фірми	Сфера діяльності	Вступний платіж	Роялті	Термін окупності
Oh My Look!	Сервіс оренди	По домовленості	5%	10–24 місяців
Еко-Лавка	Торгівля	Від 50 000 гривень	3%	6–18 місяців
Львівська Майстерня Шоколаду	Громадське харчування/ Кав'ярня	Від 15 000 доларів	Обговорюється	Від 24 до 36 місяців
Франс. Уа	Громадське харчування/ Кав'ярня	6 000 доларів	Відсутнє	18 місяців
Fresh Line	Громадське харчування/ Сендвіч-бар	Від 3 000 доларів	4%	12-24 місяців
Dream Hostel	Готель	Від 60 000 гривень	4%	9-30 місяців
Duna	Торгівля	35 000 гривень	Відсутнє	10-18 місяців
G. Bar	Beauty-сервіс	По домовленості	5%	8–20 місяців
Ін Тайм	Поштові послуги	5 000–17 500 гривень	51–75%	Від 8 місяців
Helen Doron Early English	Дитяча школа англійської мови	Від 5 000 євро	14%	Від 18 місяців

Джерело: розроблено авторами на основі [3].

Кожного року український ринок франчайзингу поповнюється новими франчайзерами, як вітчизняними, так і зарубіжними. Однак, ринок франчайзингу в Україні, на думку експертів, має ряд проблем, що потребують вирішення [1; 4]:

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

Висновки та пропозиції. Франчайзинговий бізнес в Україні набуває значної популярності, розвивається стрімкими темпами. Це не дивно, оскільки, як показує дана робота, франчайзинг дійсно є ідеальним способом розвитку малого бізнесу, адже він є досить простим та зрозумілим видом ведення бізнес-діяльності, практично не має підводних каменів та дозволяє швидко та безболісно увійти на ринок, уникаючи ризиків. Франчайзинг є вигідним не лише для бізнесменів, але й для споживачів, оскільки вони отримують доступ до багатьох товарів іноземного та вітчизняного виробництва, якість яких перевірена часом та досвідом.

Найбільш важливою проблемою франчайзингової сфери в Україні є відсутність законодавчої бази для ведення франчайзингового бізнесу та відсутність в українських бізнесменів повного розуміння сутності даного виду діяльності.

Література

1. Галушка Є.О. Особливості та перспективи розвитку франчайзингу в Україні [Електронний ресурс] / Є.О. Галушка. – Режим доступу: http://chtei-knteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2011/v2/NV-2011-V2_9.pdf
2. Глушаченко Н.А. Міжнародний франчайзинговий бізнес [Електронний ресурс] / Н.А. Глушаченко. – Режим доступу: http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8608/1/term%20paper_IE_Glushachenko.pdf.
3. Каталог франшиз [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://franchisegroup.com.ua/catalog/1>.
4. Мазуренко В.П. Розвиток франчайзингових відносин у міжнародному бізнесі [Електронний ресурс] / В.П. Мазуренко. – Режим доступу: <http://journals.uran.ua/nvgesi/article/viewFile/21638/19273>
5. Маркетинговий менеджмент: підручник / Ф. Котлер, К.Л. Келлер, А.Ф. Павленко та ін. – К.: Хімджест, 2008. – 720 с.
6. Савельєв Є.В. Новітній маркетинг: навч. посіб. / Є.В. Савельєв, С.І. Чеботар, Д.А. Штефанич та ін.; за ред. Є.В. Савельєва. – К.: Знання, 2008. – 420 с.
7. Франшизи в Україні устійливі к кризису [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://2016.export.gov/ukraine/build/groups/public/@eg_ua/documents/webcontent/eg_ua_097193.pdf.
8. Franchise Business Economic Outlook for 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://franchise.org/sites/default/files/Franchise_Business_Outlook_Jan_2017.pdf.
9. Top 100 Global Franchises – Rankings [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchisedirect.com/top100globalfranchises/rankings>.
10. G. Bar [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://franchisegroup.com.ua/catalog-franchise/services/g-bar>.