

Кузнєцова Т. В., к.е.н., професор, Левун О. І., асистент
(Національний університет водного господарства та природокористування, м. Рівне)

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ

В статті висвітлено актуальні проблеми розвитку франчайзингу як альтернативного інструменту ведення бізнесу. Досліджено основні чинники, які впливають на розвиток франчайзингу в ринкових умовах. Запропоновано основні напрямки активізації франчайзингових відносин в Україні.

Ключові слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзі, франчайзингові відносини.

Постановка проблеми. Франчайзинг як бізнес-модель сприяє розвитку підприємництва в Україні та стимулює інтеграцію в світову економіку. Досвід розвинених зарубіжних країн свідчить про виключно важливе значення франчайзингу для економічного зростання, забезпечення зайнятості та підвищення доходів населення, задоволення їх потреб у товарах та послугах. Франчайзингова діяльність сприяє формуванню ринкового середовища України та відіграє важливу роль у просуванні як закордонних фірм на українські ринки, так і вітчизняних компаній на іноземні ринки. Франчайзинг дозволяє стимулювати залучення інвестицій в Україну, впроваджувати сучасні технології виробництва та інноваційні моделі ведення бізнесу. Тому в умовах трансформації економіки виникає необхідність поглибленого дослідження проблем та подальшого розвитку франчайзингу на території України, виявлення факторів, що перешкоджають його розвитку та активізації франчайзингових відносин.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У науковій літературі різні аспекти формування, розвитку та використання франчайзингу досліджувалися такими зарубіжними і вітчизняними вченими, як Ф. Котлер, Ж.-Б. Ламбен, М. Мендельсон, Д. Стенворт, Т. Григоренко, О. Корольчук, І. Бойчук, А. Виноградська, В. Денисюк, М. Макашева, А. Цират та ін. Проте, на сьогоднішній день, незважаючи на значну кількість наукових досліджень по темі франчайзингу, він охоплює незначний сегмент національної економіки України, на відміну від ринків США, Франції, Великої Британії і Японії. Адаптація до міжнародних стандартів дозволить широко використовувати франчайзингові моделі ведення бізнесу в багатьох галузях національної еконо-



міки. Зокрема, в сільському господарстві, легкій промисловості, складській логістиці та збільшувати конкурентоздатність та інвестиційну привабливість малих та середніх підприємств і фермерських господарств в Україні.

Метою дослідження є аналіз розвитку франчайзингових відносин в Україні, виявлення чинників, що впливають на ринок франчайзингу та визначення актуальних проблем і перспектив його розвитку.

Основні результати дослідження. Економічна наука розглядає франчайзинг як систему договірних, взаємовигідних відносин на платній основі, згідно яких одна сторона (франчайзер) безстроково, або ж на певний строк, передає іншій стороні (франчайзі) право на використання об'єкту інтелектуальної власності, та надає консультаційну чи технічну допомогу у виробництві та реалізації продукції, виконанні робіт і наданні послуг. Відповідно до договору, франчайзер надає франчайзі виняткове право (франшизу) на використання торгової марки для заняття певним видом бізнесу на певній території і протягом певного проміжку часу за умови суворого дотримання вимог франчайзера щодо ведення бізнесу. «Платна основа» передбачає, що за користування торговою маркою франчайзі сплачує франчайзеру роялті, яка може бути оплачена різними схемами [1].

Відносини, які існують між франчайзерами та франчайзі, роблять унікальне середовище у світі бізнесу. Вони надають підприємцям можливість з найменшими зусиллями прискорити розширення власної справи та досягнення цілей в галузі розвитку більш швидкими темпами, ніж, можливо, в іншому випадку, і з набагато меншим ризиком. Аналогічним чином, франчайзі має початок власної справи з підтримкою, яка надається у системі франчайзингу. Умови, які пропонує франчайзинг, вигідні для підприємців, що розпочинають свій бізнес, оскільки вони допомагають уникнути помилок, суттєво знижують ризик невдачі та втрати коштів [2, С. 249].

Основні можливості франчайзингу спрямовані на просування бренду, побудову стабільного бізнесу, створення нових робочих місць та зміцнення економіки країни. Розвиваючи власну франчайзингову мережу, франчайзер несе на нові ринки та території не лише власну торгову марку та методи виробництва, а й високі норми та стандарти, яким відповідають його товари. Одним із позитивів франчайзингу є те, що він як один із методів ефективного провадження бізнесу, здійснює пряме поширення міжнародних стандартів ISO на європейські ринки та на ринки країн-сусідів [3, С. 12].

Найвідомішими франчайзерами у світі є: Coca-Cola, Hilton, McDonald's, Ford, Xerox, Kentucky Fried Chicken, Perkits Yogurt, Holliday Inn, Great American Cookie, Pepsi Co, Kodak, Zinger, Benetton; в ЄС – Spar, Europcar, Mexx, Groupe Casino, White&Smile, BoConcept. В Україні – це «Картопляна хата», «Дім кави», «Наша ряба», ТМ «Піцца Челентано», «Форнетті», ТМ «Михайло Воронін», «Галопом по Європам», ТМ «ZARINA» «Джинси Суперціна» тощо.

В Україні необхідність франчайзингу зумовлена втратою ринків збуту багатьма вітчизняними підприємствами в умовах загострення конкуренції на внутрішніх ринках, відсутністю достатніх фінансових можливостей для запровадження нових технологій у виробництво, низькою конкурентоспроможністю товарів порівняно з іноземними фірмами тощо [3, С. 12]. Ринок франчайзингу надає великі переваги для економіки країни. Дана сфера має успішно розвиватись, щоб малий та середній бізнес використовував всі можливості, які є в Україні, оскільки це хороший інструмент швидко вийти на ринок, використовуючи уже відомий зарубіжний досвід.

Перші франчайзингові договори в Україні було укладено в 1993 році. Трохи пізніше на ринок виходить міжнародний гігант – мережа «McDonalds». У 1999 році відкрився перший партнерський ресторан мережі «Pizza Celentano», який працює по франшизі. У 2001 була створена Асоціація франчайзингу України. Варто відзначити, що ще в 2001 році в нашій країні існувало всього кілька десятків франчайзингових мереж. У 2004 році почалося стрімке зростання франчайзингових точок, і починаючи з цього року кількість гравців ринку з кожним роком збільшувалася на 30%. За даними Асоціації франчайзингу України на початок 2018 року в країні успішно працює вже понад 23 000 франчайзингових точок і близько 700 франчайзерів. На українському ринку франчайзингу переважають вітчизняні франшизи, які контролюють 77% ринку. Зарубіжні франшизи представляє 191 компанія з таких країн, як Бельгія, Франція, Польща, Білорусь, Німеччина, Китай, Фінляндія, Росія, США, Італія та Угорщина [4]. Внаслідок девальвації української валюти, інфляції і зниження купівельної спроможності населення спостерігається зростання інтересу до франчайзингових ліцензій, які деноміновані в місцевій валюті і не прив'язані до іноземного обладнання. Незалежність від імпорту робить бізнес більш стійким у довгостроковій перспективі та здешевлює вартість продукції або послуги для кінцевого споживача.

Структура франчайзингу в Україні представлена на рис. 1. Дослідженнями встановлено, що найбільш розвиненою сферою ведення франчайзингового бізнесу є роздрібна торгівля, де працює 60% всіх франшиз. Іншими пріоритетними галузями є сфера послуг (25%) та громадське харчування (15%). Виробничі франшизи в Україні представлені лише кількома проектами [5].

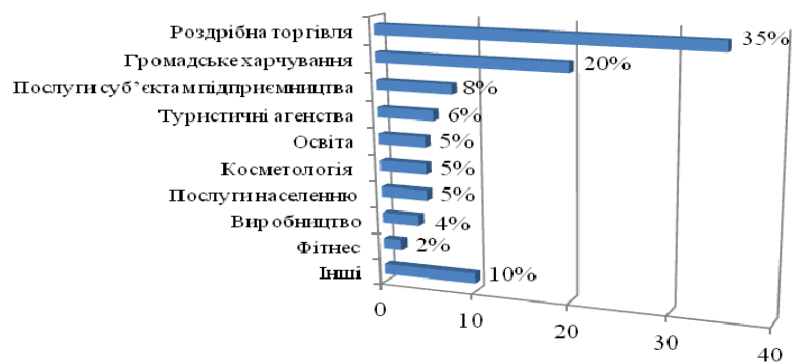


Рис. 1. Структура франчайзингу в Україні [6]

У секторі роздрібної торгівлі більше 60% торгових 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 франчайзингових точок) і «Наш Край» (161 франчайзингова точка).

У секторі послуг майже 60% франчайзингових точок працюють під брендом трійки провідних франчайзерів: «Нова Пошта» (2060 франчайзингових точок), «Універсальна» (1800 франчайзингових точок) та «Експрес-клінінг» (400 франчайзингових точок).

У секторі харчування та ресторанного бізнесу найбільшим гравцем є «Фаст Фуд Системз», який контролює майже 10% торгових точок через три франшизи «Піцца Челентано» (163 франчайзингові точки), «Картопляна Хата» (21 франчайзингова точка) і «Яппі» (4 франчайзингові точки) [1; 8, С. 78].

Тенденція розвитку та відкриття власних і франчайзингових об'єктів франчайзинговими компаніями відображена на рис. 2.

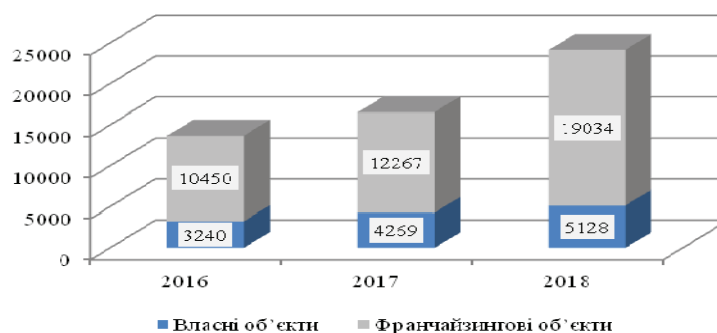


Рис. 2. Кількість власних і франчайзингових об'єктів компаній в 2016-2018 рр. (одиниць) [4]

Наведені дані свідчать про збільшення франчайзингових підприємств усередині мережі, тобто дедалі більша кількість франчайзі намагається відкрити якнайбільше точок свого франчайзера. У

2018 році в Україні франчайзинговими компаніями було зареєстровано 24162 об'єкти, з яких 5128 (21%) становлять приватні об'єкти самих франчайзерів, а 19034 (79%) об'єктів були утворені за рахунок продажу франшиз. Порівняно з 2017 роком у 2018 році кількість франчайзингових об'єктів збільшилася на 6767 об'єктів (55%), а порівняно з 2016 роком – на 8584 об'єкти (82%).

До поточного рівня активності франчайзингових відносин Україна крокувала майже 15 років, протягом яких кількість суб'єктів зросла майже у 12 разів. Основними сегментами, в яких розвиваються франчайзингові мережі в Україні є ресторанний та готельний бізнес, продаж споживчих товарів, автомобільні послуги, послуги на ринку нерухомості, побутові послуги.

В цілому в Україні досить високі перспективи для використання франчайзингу, а саме його розвиток дозволить покращити 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; збільшити активність приватних інвесторів; забезпечити зростання обсягу податкових надходжень; ініціювати розробку нових ідей, методів і технологій у бізнесі тощо.

Федерація Розвитку Франчайзингу вважає, що найбільш перспективним і успішним є впровадження франчайзингових відносин на ринку послуг. Доцільним є розвиток франчайзингу у сфері послуг, пов'язаних з обстеженням технологічного обладнання на виробництві, вибором найбільш раціонального методу його заміни, особливо модернізації; в галузі охорони здоров'я, передусім надання допомоги у зонах екологічних катастроф та при роботі у екстремальних і шкідливих умовах. Тому так важливо зосередитися на прискоренні розвитку франчайзингу. Франчайзинг може стати початком для розвитку дрібних і спільних підприємств, які займатимуться інноваційною діяльністю.

За прогнозами фахівців в перспективі будуть зростати франшизи в таких сферах діяльності, як: громадське харчування (ресторани, кафе, бари, фаст-фуд), послуги, медицина, дитяча освіта та розваги (навчальні проекти, освітні центри, школи раннього розвитку, освітньо-технологічні майданчики). Серед існуючих пропозицій на ринку громадського харчування будуть розвиватись концепції, які здатні надати своїм інвесторам послугу «під ключ» та професійну підтримку протягом діяльності.

Серед інноваційних франшиз експерти виділяють наступні сфери: 3D-друк; альтернативна медична діагностика; біотехнології; розумний простір; пристрої, що акумулюють енергію; точки громадського харчування, що пропонують екологічно чисті продукти, фермер-



ські продукти, меню для вегетаріанців, веганів; продаж електротранспорту.

Незважаючи на позитивну тенденцію приросту франчайзерів, франчайзинг в Україні розвивається повільніше, ніж в інших країнах. Рівень частки франчайзингу в Україні, порівняно із зарубіжними показниками, є низьким. За даними консалтингової компанії Franchise Group, у США близько 80% малого та середнього бізнесу працює на умовах франчайзингу, в Європі – 67%, а в Україні – лише 23% [4].

Дослідження практики використання франчайзингу надало можливість виділити основні чинники, що гальмують впровадження франчайзингу в Україні [8; 9; 10; 11]:

1. Організаційно-правові чинники – це недосконалість українського законодавства та нормативно-правової бази стосовно франчайзингових відносин; незахищеність українських франчайзі у відносинах з іноземними партнерами; відсутність державної підтримки, брак відповідних консультаційних структур; відсутність кваліфікованих кадрів та слабка підготовка підприємців, які могли б виступити організаторами франчайзингових систем; складні умови та адміністративні бар'єри для організації та ведення бізнесу; відсутність практики апробації бізнесу.

2. Економічні чинники – це нестабільність розвитку економіки України (застосування франчайзингу потребує стабільності та передбачуваності економіки); високий рівень тіньової економіки; девальвація національної валюти; висока вартість франшиз; відсутність у більшості підприємців (потенційних франчайзі) необхідного стартового капіталу для входження у франчайзингову систему; складність, а часом і неможливість отримання кредитів для створення стартового капіталу; значне обмеження розвитку бізнесу податковими нормами, внаслідок чого підприємці змушені шукати альтернативні шляхи у здійсненні паушального внеску та роялті.

3. Соціально-психологічні чинники – це відсутність, власне, вітчизняного досвіду використання франчайзингу та побоювання підприємців (потенційних франчайзі) щодо руйнування франчайзингової системи в цілому; неготовність вітчизняних підприємців чітко дотримуватися встановлених франчайзером стандартів діяльності; зневага до прав інтелектуальної власності та ін.

Подальші перспективи розвитку франчайзингу в Україні тісно пов'язані із запровадженням наступних заходів, а саме [9; 10; 11]:

– удосконалення законодавства в частині впровадження поняття «франчайзинг» та відповідність чинної нормативно-правової бази міжнародним вимогам щодо функціонування франчайзингових відносин;

– створення спеціального органу моніторингу розвитку франчайзингу в Україні для упорядкування правової бази франчайзинго-

вих відносин;

–забезпечення доступного кредитування для тих, хто бажає розвивати власну франчайзингову мережу;

–розроблення програми підготовки спеціалістів для здійснення бізнесу у формі франчайзингу шляхом створення навчально-консультаційних центрів з франчайзингу;

–забезпечення розвитку франчайзингу в межах урядових та регіональних програм підтримки малого та середнього бізнесу за участі Асоціації франчайзингу в Україні;

–створення на державному рівні системи податкових пільг для франчайзі переважно на початковому етапі розвитку франчайзингової діяльності;

–популяризація, консалтингова та інформаційна підтримка франчайзингу, яка забезпечить належне розуміння процесу франчайзингу як власниками франшиз, так і інвесторами (проведення виставок, семінарів, конференцій, тренінгів).

Висновки. Отже, для успішного розвитку франчайзингу в Україні необхідна державна фінансова допомога, зокрема створення системи податкових пільг для франчайзі, стимулювання залучення як внутрішніх так і іноземних інвесторів та удосконалення законодавчої бази, яка відповідала б міжнародним вимогам. Це сприятиме розробці нових ідей і технологій ведення малого та середнього бізнесу, насичення ринку товарами, зміцнення економічної безпеки регіонів та створення умов для активізації інноваційної діяльності.

1. Романчук К. В., Кирій І. О. Операції франчайзингу: європейський досвід та українські реалії. *Ефективна економіка*. 2016. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/op=1&z=5302>. (дата звернення: 27.09.2019).
2. Чикуркова А. Д., Ногачевський О. Ф. Франчайзинг: актуальні проблеми розвитку в Україні. *Збірник наукових праць Подільського державного аграрно-технічного університету. Економічні науки*. 2016. Вип. 24. Ч. 3. С. 247–254.
3. Огінок С. В. Франчайзинг як інструмент формування єдиного ринку ЄС : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.02. Львів, 2017. 20 с.
4. Про франчайзинг. Електронні публікації Franchise Group. URL: <http://franchisegroup.com.ua/about-company/franchising/> (дата звернення: 27.09.2019).
5. Франчайзинговий ринок України сьогодні. Franchising Full Cycle. URL: <https://ffc.expert/uk/blog/franchajzingovuj-rynok-ukrainy-segodnya/>. (дата звернення: 27.09.2019).
6. Офіційний сайт франчайзингової групи України. URL: <https://franchisegroup.com.ua/> (дата звернення: 27.09.2019).
7. Попко О. В. Франчайзинг як альтернативний інструмент ефективного ведення бізнесу. *Студентський вісник Національного ун-ту водного господарства та природокористування*. 2015. Вип. 1 (3). С. 122–125.
8. Амеліна І. В., Семенець В. В. Перспективи виходу підприємств на світові ринки через франчайзингові мережі. *Економіка і регіон*. 2017. № 1(62). С. 76–82.
9. Коломієць А. С. Комерційна концесія як засіб стимулювання операційної діяльності машинобудівних підприємств : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2015. 23 с.
10. Тонюк М. О. Франчайзинг

як особлива форма організації та функціонування бізнесу в Україні. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 687–689. **11.** Ситник Н. С., Попович Д. В. Розвиток франчайзингу в Україні як складник інвестиційної політики держави. *Бізнес-навігатор*. 2018. Вип. 1-2(44). С. 140–144.

REFERENCES:

1. Romanchuk K. V., Kyrii I. O. Operatsii franchaizynhu: yevropeyskyi dosvid ta ukrainski realii. *Efektivna ekonomika*. 2016. № 12. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/op=1&z=5302>. (data zvernennia: 27.09.2019).
2. Chykurkova A. D., Nohachevskyi O. F. Franchaizynh: aktualni problemy rozvytku v Ukraini. *Zbirnyk naukovykh prats Podilskoho derzhavnoho ahrarno-tekhnichnoho universytetu. Ekonomichni nauky*. 2016. Vyp. 24. Ch. 3. S. 247–254.
3. Ohinok S. V. Franchaizynh yak instrument formuvannia yedynoho rynku YeS : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.02. Lviv, 2017. 20 s.
4. Pro franchaizynh. Elektronni publikatsii Franchise Group. URL: <http://franchisegroup.com.ua/about-company/franchising/> (data zvernennia: 27.09.2019).
5. Franchaizynhovyi rynek Ukrainy sohodni. Franchising Full Cycle. URL: <https://ffc.expert/uk/blog/franchajzingovyj-rynek-ukrainy-segodnya/>. (data zvernennia: 27.09.2019).
6. Ofitsiyni sait franchaizynhovoï hrupy Ukrainy. URL: <https://franchisegroup.com.ua/> (data zvernennia: 27.09.2019).
7. Popko O. V. Franchaizynh yak alternatyvnyi instrument efektyvnoho vedennia biznesu. *Studentskyi visnyk Natsionalnoho un-tu vodnoho hospodarstva ta pryrodokorystuvannia*. 2015. Vyp. 1 (3). S. 122–125.
8. Amelina I. V., Semenets V. V. Perspektyvy vykhodu pidprijemstv na svitovi rynky cherez franchaizynhovi merezhi. *Ekonomika i rehion*. 2017. № 1(62). S. 76–82.
9. Kolomiiets A. S. Komertsiiina kontsesiia yak zasib stymuliuвання operatsiinoï diialnosti mashynobudivnykh pidprijemstv : avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04. Kyiv, 2015. 23 s.
10. Toniuk M. O. Franchaizynh yak osoblyva forma orhanizatsii ta funktsionuvannia biznesu v Ukraini. *Ekonomika i suspilstvo*. 2017. № 9. С. 687–689.
11. Sytnyk N. S., Popovych D. V. Rozvytok franchaizynhu v Ukraini yak skladnyk investytsiinoï polityky derzhavy. *Biznes-navihator*. 2018. Vyp. 1-2(44). С. 140–144.

Kuznietsova T. V., Candidate of Economics (Ph.D.), Professor,
Levun O. I., Assistant (National University of Water and Environmental Engineering, Rivne)

CURRENT PROBLEMS OF FRANCHISING DEVELOPMENT IN UKRAINE

In the article, the urgent problems of franchising development as an alternative instrument of doing business are highlighted. The substance of franchising relationship complexity is covered. The main franchising opportunities aim at brand promotion, development of sustainable business, creation of new jobs and strengthening of the country's economy. The necessity, importance and benefits of

business organization on terms of franchising in Ukraine are justified. Ukrainian and the world's most famous franchisors are mentioned. The development trends of franchising activity in Ukraine are researched. The analysis of franchising industrial distribution is conducted. The current state and features of franchising market in Ukraine, in which domestically produced networks prevail, are considered. The attention is focused on the spheres of activity, which are the most forward-looking for franchise opening. Branch distribution of innovative franchises is defined. Despite the positive trend of franchisors increase, the development of franchising in Ukraine is slower than in other countries. The level of franchising percentage in Ukraine is low compared to foreign figures. The main factors, which influence the franchising development under market conditions, are explored. In addition to legislative another problems, namely economic, organizational and legal, social and psychological, which hinder franchising development, are found. The main directions of franchising relations intensification in Ukraine are suggested. The successful franchising development in Ukraine requires Government's financial support, in particular the establishment of tax credit system for franchising, stimulation of attracting of not only internal but also external investment and improvement of legislative framework, which would meet the international standards. Franchising development in Ukraine will contribute to the creation of new ideas, small and medium-sized business doing technologies, saturation of market with consumer goods, consolidation of regional economic security and creation of conditions for revitalization of innovative activity.
Keywords: franchising, franchise, franchisor, franchisee, franchise relations.

Кузнецова Т. В., к.э.н., профессор, Левун О. И., ассистент
(Национальный университет водного хозяйства и
природопользования, г. Ровно)

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В УКРАИНЕ

В статье раскрыты актуальные проблемы развития франчайзинга как альтернативного инструмента ведения бизнеса. Исследованы основные факторы, влияющие на развитие франчайзинга в рыночных условиях. Предложены основные направления активизации франчайзинговых отношений в Украине.
Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзи, франчайзинговые отношения.
