

РОЗВИТОК ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У статті розглянуто актуальні питання організації та функціонування франчайзингу в Україні. Проаналізовано сучасний стан франчайзингу в Україні. Виявлено основні проблеми, які стримують розвиток франчайзингу в Україні.

Ключові слова: франчайзинг, розвиток, франшиза, Україна.

Abstract

In article considers topical issues of organization and functioning of franchising in Ukraine. The current state of franchising in Ukraine is analyzed. The main problems that hinder the development of franchising in Ukraine have been identified.

Key words: . franchising, development, franchise, Ukraine.

Вступ

Сучасний стан економіки та її інтернаціоналізація обумовлюють актуальність формування інтегрованих форм розвитку бізнесу, зокрема франчайзингу. Дослідженню франчайзингу присвячені роботи таких науковців як Дельтей Ж., Котлер Ф., Ламбен Ж., Мендельсон М., Ковальчук Н., Бойчук І., Виноградська А., Денисюк В., Кузьмін О., Макашев М. та ін.

Якщо охарактеризувати франчайзинг простим та елегантним способом, то виявиться що він являє собою «оренду» відомої компанії з усіма її торговими знаками та технологіями ведення бізнесу. Така модель є безпрограшною як для «орендаря» (франчайзі), так і для «орендодавця» (франчайзера), адже перший отримує можливість стати частиною успішного бізнесу з великою вірогідністю на успіх, а останній отримує стрімкий розвиток власної корпорації і грошову винагороду у вигляді роялті. Франчайзингова діяльність в Україні зародилася в 1993 році, з появою перших франчайзингових договорів. Через чотири роки, в Україні був відкритий перший ресторан найбільш відомої у світі франшизи McDonald's. Однак, незважаючи на всю привабливість франчайзингу для українського ринку існує ряд проблем, які суттєво стримують розвиток даного виду бізнесу на території України [1].

Результати дослідження:

У світі франчайзинг вже давно є невід'ємною складовою економіки (за оцінками експертів, у різних країнах світу більше 40 % всіх продажів здійснюється через франчайзингову мережу), а в Україні цей спосіб ведення бізнесу тільки починає поширюватися. Зараз активно розвивається так званий внутрішній франчайзинг, який являє собою своєрідне поєднання зарубіжних франчайзингових технологій і наших, вітчизняних, підходів до ведення бізнесу й українського менталітету загалом. Переважно зарубіжні компанії продовжують надавати перевагу своїй присутності на ринку власними силами і для цього вкладають капітал в нове будівництво й купівлю виробничих та невиробничих об'єктів. Однак останнім часом іноземні компанії виявляють зацікавленість до співпраці з українськими підприємствами саме в рамках франчайзингу, за якого більша частина капітальних витрат здійснюється місцевою стороною. З

іншого боку, вітчизняні підприємці із свого боку також починають усвідомлювати всі переваги використання відомої торгової марки і відпрацьованої технології ведення бізнесу міжнародних компаній.

За останні 18 років кількість франчайзерів в Україні значно зросла. Станом на 2018 рік кількість франчайзерів склала 427, що стало на 18% більше в порівнянні з 2017 роком. Найбільше скорочення торговельних мереж відмічалось у 2008-2009 рр. (на 35 % в порівнянні порівняно з попередніми роками), що стало наслідком фінансово-економічної кризи, яка погіршила загальні умови функціонування підприємств, негативно вплинула на показники зайнятості. Найбільшого значення було досягнуто у 2015 році, коли кількість франчайзерів склала 565, після чого розпочався період спаду 2015-2017 рр, зумовленого важким економічним становищем країни та воєнно-політичним конфліктом України з Росією [2].

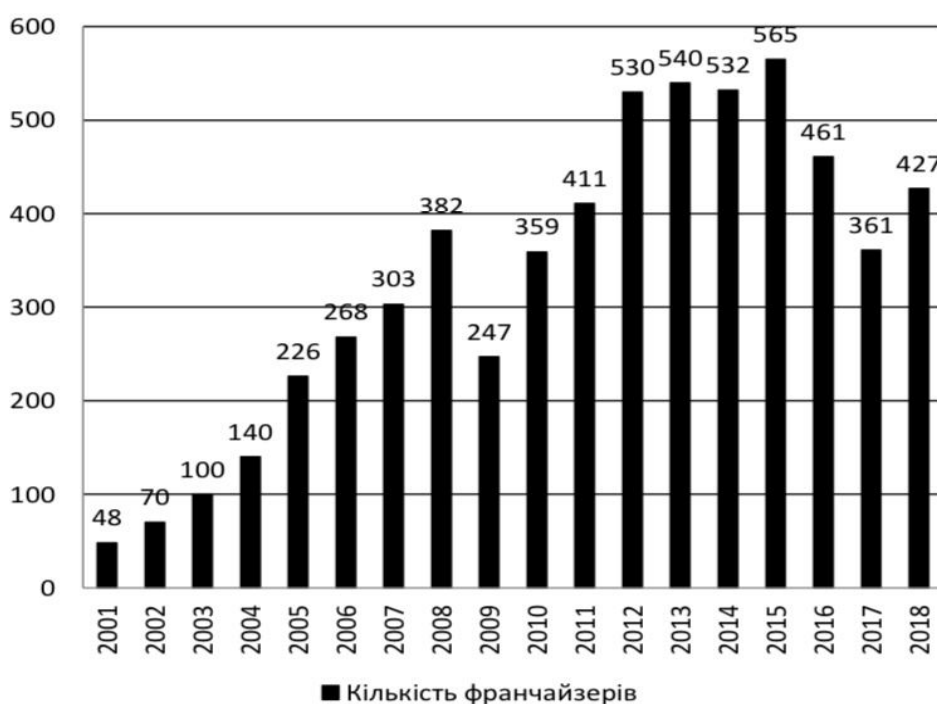


Рисунок 1- Динаміка кількості франчайзерів в Україні, 2001-2018 рр. [2]

Якщо проаналізувати структуру об'єктів франчайзингу, то виявиться, що на 2017 рік по Україні було зареєстровано 16 тис. 536 об'єктів, з яких 4,269 тис. (25,8%) становлять приватні об'єкти самих франчайзерів, а 12,267 4 тис. (74,2%) об'єктів були утворені за рахунок продажу франшиз до франчайзі. Ці дані яскраво свідчать про ефективність механізму розширення власного бізнесу за допомогою ведення франчайзингової діяльності. Цікава ситуація простежується у франчайзингу з позиції галузевого розрізу. Так, у 2015 році, найбільша частка належала ритейл-послугам (41%), але у 2016 році їхня частка скоротилася на 82%, що пояснюється нестабільним економічним положенням та переформуванням ритейл-послуг в мережу Інтернет. У 2017 році найбільша частка дісталася споживчим послугам (45%), ритейл-послуги зросли на 168% в порівнянні з 2016 роком [3].

Незважаючи на позитивну тенденцію до зростання франчайзингових відносин в Україні, існує ряд проблем, які суттєво сповільнюють його розвиток, найбільшими з яких є:

1. Недосконалість нормативно-правової бази. За ступенем розвитку правового поля франчайзингові відносини в Україні відносять до законодавчо не підкріплених, оскільки на сьогодні не існує жодного нормативно-правового акту, який би їх безпосередньо регулював [2].

2. Висока вартість франшизи. В залежності від популярності франшизи, ціни на неї можуть значно різнитися. В середньому інвестиції у франшизу становлять від 5 до 20 тис дол., згідно асоціації франчайзингу України [3]. Але цифри можуть сягати 2 млн. дол., якщо мова йде про таку франшизу як McDonald's. Саме тому, розпочати бізнес за допомогою франчайзингу досить недешево, з точки зору малих підприємців [4].

Висновки

Отже, франчайзинг в Україні є перспективним напрямом розвитку бізнесу та в найближчі роки ми будемо спостерігати зростання цього сегменту. Незважаючи на певні проблеми, франчайзинг розвивається. Франчайзинг має низку як переваг, так і недоліків, які дають змогу знизити операційні витрати та підвищити ефективність виробничої діяльності, що особливо важливо для України в сучасних умовах.

Список використаної літератури:

1. Василевський І.П., Черненко Н.О. Аналіз використання франчайзингу в Україні. Актуальні проблеми економіки та управління : збірник наукових праць молодих вчених. 2019. Вип. 13. URL: https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/29376/1/2019-13_1-12.pdf
2. Островерха Л. Ю. Дослідження сучасного стану франчайзингу в Україні та світі. Глобальні та національні проблеми економіки. 2015. Вип. 7. С. 122-126
3. Петришин Н.Я., Жежуха В.Й.. Франчайзинг в Україні: стан та перспективи розвитку. Вісник Національного університету "Львівська політехніка". 2006. № 575 : Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. С. 87–91.
4. Давидюк Л.П. Розвиток франчайзингового бізнесу в Україні та в світі/ Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2019. № 46(1). С. 13–19. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/46_1_2019/4.pdf

Білоконь Тетяна Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри підприємництва, логістики та менеджменту, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: tm.bilokon@gmail.com.

Остапчук Карина Русланівна – студент групи П-206, факультет менеджменту та інформаційної безпеки, Вінницький національний технічний університет, Вінниця, e-mail: ostapcukkarina467@gmail.com

Tetiana Bilokon - Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Entrepreneurship, Logistyk and Management, Vinnitsa National Technical University, Vinnitsia, e-mail: tm.bilokon@gmail.com.

Ostapchuk Karina R. — Department of Management and Information Security, Vinnitsia National Technical University, Vinnitsia, e-mail : ostapcukkarina467@gmail.com