

ХАРІН

Сергій Анатолійович
harinsa@inbox.ru

УДК 339.94

ПУРІЙ

Ганна Володимирівна
puriy_av@kneu.dp.uaОСНОВНІ ПЕРЕШКОДИ
ФУНКЦІОНУВАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ В
УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ЇХ ПОДОЛАННЯMAIN PROBLEMS OF FRANCHISING
FUNCTIONING IN UKRAINE AND WAYS OF
THEIR EXTENSION

д.т.н., професор

к.е.н., доцент кафедри, ДВНЗ
"КНЕУ ім. Вадима
Гетьмана", Криворізький
Економічний Інститут

Стаття присвячена визначенню основних перешкод та шляхів покращення розвитку франчайзингу в Україні. У статті обґрунтована необхідність включення системи розвитку франчайзингу в урядову програму підтримки малого підприємництва.

Стаття посвящена определению основных препятствий и путей улучшения развития франчайзинга в Украине. В статье обоснована необходимость включения системы развития франчайзинга в правительственную программу поддержки малого предпринимательства.

The present article is devoted to the definition of the main obstacles and ways to improve the development of franchising in Ukraine. The article substantiates the need to include the franchising development system in the government's small business support program.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзер, міжнародні франчайзингові мережі

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, международные франчайзинговые сети

Keywords: franchising, franchisor, international franchising network

ВСТУП

При сучасних умовах розвитку світової економіки відбуваються постійні зміни організації виробничої діяльності. Франчайзинг є тим засобом проникнення на світові ринки, який потребує невеликих інвестицій та дозволяє розширити збут продукції. Цей вид міжнародного бізнесу активно розвивається на ринках розвинутих країн.

Франчайзингу, як одній із ефективних форм стимулювання припливу прямих іноземних інвестицій, присвячено праці багатьох вчених. Проте, у сфері залучення прямих іноземних інвестицій франчайзинг є новим явищем в Україні. Тому, питання залучення прямих іноземних інвестицій в Україну через франчайзинг потребує адаптації у процесі інтернаціоналізації.

МЕТА РОБОТИ полягає у визначенні основних перешкод та шляхів покращення розвитку франчайзингу в Україні.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Методологічною та інформаційною основою роботи є наукові праці, матеріали періодичних видань, ресурси Internet, нормативно-правові акти та звіти Міжнародної Асоціації з франчайзингу.

При проведенні дослідження використано методи структурно-логічного аналізу, порівняння та узагальнення показників розвитку франчайзингу в Україні.

РЕЗУЛЬТАТИ

В Україні франчайзинг розвивався з початку 90-х рр. XX ст.. Перша франчайзингова компанія в Україні почала працювати у 1993 р. у рамках міжнародної ін-

формаційної системи «Компас» (Нідерланди); пізніше на ринку з'явився «McDonald's», «Coca-Cola», «KodakExpress» та ін. [1]. За даними Асоціації франчайзингу України більше 50 % усіх франчайзингових договорів пов'язані з торгівлею нафтопродуктами по системі джоббінгу («ТНК-Україна», «Лукойл-Україна» і «Альянс-Україна») [2].

З часом і українські підприємці побачили переваги франчайзингового виду діяльності. Як результат, у 1999 р. в Києві було відкрито перше українське франчайзингове підприємство – піцерію «Pizza Selentano» [2].

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. 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 [3].

Але, міжнародні франчайзингові мережі в Україні активно не розвиваються, а виражені тільки у створенні дочірніх підприємств, які здійснюють дослідження ринку й апробацію своєї мережі в його умовах [3].

Незважаючи на економічні проблеми останнього часу, франчайзинг в Україні продовжує стрімко розвиватися і поширюватися в різних секторах і багатьох регіонах. Тенденції розвитку франчайзингу в Україні наведено у табл. 1.

Таблиця 1

Показники розвитку франчайзингу в Україні у 2011-2016 рр.

[складено авторами на основі [4, 5, 6]]

Показники	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
ВВП, млрд. дол.	163	173	180	130	98	95
Реальний приріст ВВП, % порівняно з попереднім роком	5,50	0,20	0,00	-6,60	-9,90	1,50
Споживча інфляція в кінці періоду, % порівняно з попереднім роком	4,60	-0,20	0,50	24,90	43,30	12,40
Обмінний курс гривні / дол. США в кінці періоду	8,00	8,10	8,20	15,80	24,00	27,00
Кількість франчайзерів, од.	411,00	530,00	540,00	532,00	565,00	461,00
Частка франчайзингу у ВВП України, частка од.	0,48	0,50	0,60	0,64	0,80	0,84
Обсяг франчайзингу у ВВП, млрд. дол.	78,24	86,5	108	83,2	78,4	79,61
Вартість процедури заснування бізнесу, % від ВВП на душу населення	39,407	35,029	31,994	28,046	27,018	26,014

Така динаміка свідчить про швидкий розвиток ринку франчайзингу в Україні, його прибутковості, а відтак зростання зацікавленості українських підприємців у використанні франчайзингових технологій.

Нині міжнародний франчайзинг діє більш ніж у 140 країнах світу. Найбільшої популярності франчайзинг досяг у США, Франції, Німеччині, Великобританії та Польщі. У світі близько 50 % всіх франчайзингових мереж працюють у сфері торгівлі. За даними International Franchise Association, франчайзингова діяльність розвивається швидшими темпами, ніж будь-який інший вид підприємницької діяльності, створюючи нові робочі місця та збільшуючи валовий внутрішній продукт і зайнятість населення.

В Україні у 2016 р. франшизу продавали 461 компанія. 63% цих франшиз належать українським компаніям, які працюють на ринку більше 3-х років. Кількість франчайзингових компаній скоротилася порівняно з 2015 р. (565 компаній), що свідчить про відхід дрібних і «фейкових» франшиз з ринку і стійкості великих компаній.

Аналіз розвитку франчайзингу в Україні дозволив виділити 3 групи проблем стримування розвитку франчайзингу: економічні проблеми, організаційно правові проблеми, соціально-психологічні проблеми.

За проведеними розрахунками отримано, що на обсяг франчайзингу в Україні значний вплив здійснює обсяг ВВП та вартість процедури заснування бізнесу.

В даний час на українському ринку франчайзингу домінують вітчизняні франшизи, що контролюють 66 % ринку. Зарубіжні франшизи, що контролюють решту 34 % ринку, за своїм походженням розподіляються наступним чином: 191 компанія представляють такі країни, як Бельгія, Франція, Польща, Білорусь, Німеччина, Китай, Фінляндія, Росія, США, Італія й Угорщина. Внаслідок девальвації української валюти, інфляції і зниження купівельної спроможності населення спостерігається зростання інтересу до тих франчайзингових ліцензій, які деноміновані в місцевій валюті і не прив'язані до іноземного обладнання. Найбільш впливовим з цих чинників є девальвація на-

ціональної валюти, яка тільки за останній рік викликала зростання вартості іноземних франшиз майже в три рази.

Саме тому франчайзинг доцільно розглядати як сучасну успішну альтернативну модель розвитку вітчизняного бізнесу. З огляду на зазначене, в Україні доцільно провести низку стимулюючих заходів, які позитивно вплинуть на подальший динамічний розвиток франчайзингу в Україні та спричинять загальний позитивний вплив на економіку.

Підсумовуючи викладене, визначимо основні перешкоди та шляхи покращення розвитку франчайзингу в Україні.

Основні перешкоди на шляху розвитку франчайзингу в Україні: нестабільність функціонування економіки України за рахунок зовнішніх і внутрішніх чинників; обмеженість власного капіталу у вітчизняних підприємців для заснування справи на умовах франчайзингу; відсутність розвиненої та доступної системи кредитування малого та середнього бізнесу; недосконалість правового забезпечення функціонування франчайзингу в Україні; відсутність вітчизняного досвіду та високий ризик ведення ділової активності суб'єктів франчайзингової системи; низький рівень інвестиційної привабливості України та регіонів для залучення іноземних інвестицій; відсутність досвіду ведення бізнесу на умовах франчайзингу.

Заходи щодо подальшого розвитку франчайзингу в Україні: включити системи розвитку франчайзингу в урядову програму підтримки малого підприємництва; створити систему податкових пільг для заснування підприємств, що відкриваються на умовах франчайзингу; створити систему підтримки вітчизняних франчайзерів із залученням представників банківських установ та іноземних консультантів з розвитку мереж франчайзингу; створити мережу навчально-консультаційних центрів з франчайзингу, не тільки в найбільших містах, але й по всій країні.

Франчайзинг допоможе вітчизняним підприємствам відновити втрачені потужності за умов загострення конкуренції ринку збуту, розширити можливості запровадження нових технологій у вироб-

ництво, зміцнити свою конкурентоспроможність порівняно з іноземними фірмами тощо. Проте, ухвалюючи управлінські та стратегічні рішення про застосування франчайзингу на кожному підприємстві, треба пам'ятати і про його недоліки.

ВИСНОВКИ

Попри очевидність переваг, утвердженню франчайзингу на українському ринку перешкоджають необізнаність українських підприємців з основними принципами провадження бізнесу на умовах франчайзингу, недосконалість нормативно-правової бази, відсутність досвіду апробації бізнесу, нестабільність і непередбачуваність розвитку української економіки, відсутність у більшості підприємців необхідного стартового капіталу і належної практики використання франчайзингової форми співпраці, високий ступінь недовіри до франчайзингової форми організації підприємницької діяльності.

Список використаних джерел

1. Franchise Business Economic Outlook [Electronic resource] / Electronic publication of the international network of companies Pricewaterhousecoopers. – [January 2016]. – Access mode: <http://emarket.franchise.org/FranchiseOutlookJan2016.pdf>.1
2. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
3. Григораш О.М. Франчайзинг як форма розвитку малого бізнесу в Україні / О.М. Григораш // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – №12. – С. 123 – 126.
4. Добрянська Ю.О., П'ясечна А.В., Косар Н.С. Дослідження сучасного стану франчайзингу в Україні та світі / Ю.О. Добрянська, А.В. П'ясечна, Н.С. Косар // Глобальні та національні проблеми економіки – 2015. – Вип. 7. – С. 122-126.
5. Носаченко І.М. Франчайзинг як спосіб ведення бізнесу / І.М. Носаченко // Вісник Київського інституту та технологій. – 2011. – №2. – С. 79 – 81.
6. Офіційний сайт Всесвітнього Банку. Cost of business start-up procedures [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://data.worldbank.org/indicator/IC.REG.COST.PC.ZS4>
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/5>
8. Офіційний сайт компанії Franchise Group. Ринок франчайзингу в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://franchisegroup.com.ua/uk/page/rynok_franchajzinga_v_ukraine_i_za_3
9. Офіційний сайт Міжнародної Асоціації з франчайзингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.franchise.org.2>
10. Офіційний сайт Міжнародної Асоціації з франчайзингу [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.franchise.org.6>
11. Проект закону України «Про франчайзинг». Зареєстровано у секретаріаті Верховної Ради України 8 листопада 2001 року за № 8241.