

УДК 339.187.44

Т.М.Григоренко,
Київський національний торговельно-економічний університет,
м. Київ

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ РОЗДРІБНИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ

У статті проаналізовано розвиток франчайзингу в Україні протягом 2006-2011 років, досліджено сучасні тенденції та перспективи розвитку франчайзингових роздрібних торговельних мереж.

В статье проанализировано развитие франчайзинга в Украине на протяжении 2006-2011 гг., исследованы современные тенденции и перспективы развития франчайзинговых розничных торговых сетей.

The article examines the development of franchising in Ukraine for 2006-2011, explored the current trends and prospects of franchised retail network.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзі, бренд, франчайзингова роздрібна торговельна мережа.

Світовий досвід доводить, що саме малі та середні підприємства становлять переважну більшість в структурі економіки розвинених країн і є каталізаторами для появи та апробації прогресивних ідей в бізнесі. Посилення конкуренції на внутрішніх ринках та обмеження фінансових можливостей призвело до скрутного становища малого та середнього підприємництва в Україні. Щоб вижити в сучасних умовах, створюються різні види об'єднань. Особливої актуальності набуває пошук нових ефективних організаційно-правових форм господарювання.

Стан розвитку вітчизняного підприємництва характеризується наявністю низки проблем, які вимагають негайного розв'язання з метою стабілізації економічної ситуації в країні. Успішність діяльності суб'єктів малого, середнього та великого бізнесу значною мірою визначається наявністю тісної співпраці між ними, що реалізується через використання різних видів господарської інтеграції. Протягом останніх десятиліть у країнах з розвинутою економікою значного поширення на національному рівні та у міжнародних економічних відносинах набув продаж товарів, послуг і технологій на умовах франчайзингу.

Сьогодні франчайзинг є однією з інноваційних форм організації та ведення бізнесу, що дозволяє підвищити ефективність малого бізнесу завдяки унікальній можливості об'єднувати переваги малого і великого підприємництва та дає змогу розв'язувати різні економічні проблеми.

Сьогодні франчайзинг активно розвивається і в торгівлі. Виробники і торгові організації розглядають франчайзинг, як спосіб створення стабільної і гнучкої мережі роздрібних торговельних підприємств. Застосування франчайзингу забезпечує ефективне просування та збут власної продукції, сприяє розвитку та розширенню діяльності, не вкладаючи при цьому значні власні кошти, надає можливість досягнути максимальних результатів протягом мінімального терміну. Динамічний розвиток цього явища обґрунтовує необхідність дослідження сучасних тенденцій та перспектив розвитку франчайзингових роздрібних торговельних мереж в Україні.

Аналіз останніх досліджень та публікацій показав, що дослідженню питань

застосування франчайзингових відносин між підприємствами в Україні та світі приділялось багато уваги в працях провідних зарубіжних і українських вчених Г.А.Андрощука, М.Д.Бедриниць, В.А.Денисюка, Д.Н.Землякова, О.П.Корольчука, І.В.Рикової, Д.Стенворта, О.В.Суковатого, Г.В.Цират та ін. [1-9]. У роботах цих авторів аналізується закордонний та вітчизняний досвід застосування франчайзингу, надаються рекомендації з побудови франчайзингової мережі, франчайзинг розглядається як інтегрована форма розвитку бізнесу, аналізуються такі питання, як бухгалтерський облік, оподаткування, юридичні питання діяльності в рамках системи франчайзингу.

Проаналізувавши економічну літературу з питань франчайзингу, ми побачили, що серед інших недостатньо вивчених аспектів франчайзингових відносин в Україні проблемним є також дослідження сучасних тенденцій та перспектив його розвитку в торгівлі України.

Мета статті – дослідження сучасних тенденцій та перспектив розвитку франчайзингових роздрібних торговельних мереж в Україні.

Франчайзинг як одна з ефективних форм функціонування малого бізнесу почав інтенсивно розвиватися в Україні на початку ХХІ ст. Його поширення пояснюється незаперечними перевагами для обох учасників франчайзингових відносин. Система франчайзингу побудована так, що дозволяє звести до мінімуму ризику, пов'язані з підприємницькою діяльністю для франчайзі та залучити додаткові інвестиції в мережу для франчайзера.

З 2005 року компанія «Teamvision», на замовлення Асоціації франчайзингу України, веде реєстр «Франчайзингові мережі в Україні» – це експертний огляд українського ринку франчайзингу, що оприлюднюється у ЗМІ та передається для використання органам державної влади.

Дані дослідження компанії «Teamvision» показують, що за період 2001-2008 рр. кількість франчайзерів щороку зростає, хоча темпи приросту їх кількості нерівномірні. Так, за 2002 р. кількість франчайзерів зросла на 46%, за 2003 р. – на 43%, за 2004 р. – на 40%, за 2005 р. – на 61%, за 2006 р. – на 7%, 2007 р. – на 25%, за 2008 р. – на 26%. У 2009 р. спостерігається зменшення кількості франчайзерів з 380 до 247, тобто на 35%. Якщо на початку економічної кризи у 2008 р. був великий попит на купівлю франшиз, то у 2009 р., коли вона прогресувала, спостерігався різкий спад через брак коштів потенційних інвесторів для купівлі бізнесу. Аналіз статистики Асоціації франчайзингу України показує, що кожного місяця до неї подаються більше 180 запитів на купівлю франшиз і 120 з них потребують фінансової підтримки [9].

У зв'язку з таким становищем на ринку франчайзингу, Асоціація франчайзингу України разом із ПАТ «Укрсоцбанк» розробили стратегію розвитку фінансування франчайзингу на найближчі 3 роки. Запуск проекту відбувся у вересні 2010 року. ПАТ «Укрсоцбанк» веде роботу з десятками найбільших компаній, які б мали можливість стати франчайзерами. Це сприяло збільшенню кількості франчайзерів у 2010 р. з 247 на 359, тобто на 45% (рис. 1).

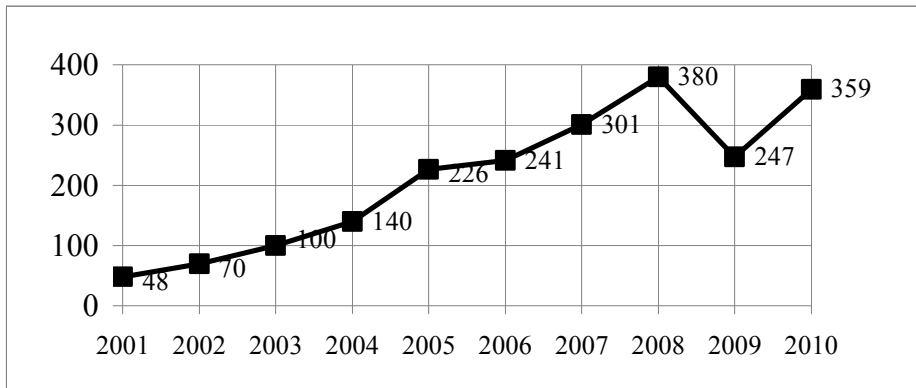


Рис. 1. Динаміка кількості франчайзерів в Україні за 2001-2010 рр. [10]

Франчайзинг впроваджено в 99 галузях економіки (табл. 1). Найбільш поширений франчайзинг у таких сферах, як торгівля (на неї у 2010 році припадає 34,3% у загальній кількості за галузевою діяльністю), а також послуги для споживачів (22,2%) і ресторанне господарство (14,1%).

Аналізуючи розвиток франчайзингу в торгівлі за 2006-2010 рр., ми бачимо, що протягом 2006-2008 рр. кількість франчайзерів зростає майже на 65% відносно 2006 р.

Таблиця 1

Показники розвитку франчайзингу в Україні за 2006-2010 роки [10; 11]

Сфера застосування	Кількість, од.										
	галузей діяльності		брендів		франчайзерів		бізнесових об'єктів		бізнесових об'єктів у розрахунку на одного франчайзера		
	2006	2010	2006	2010	2006	2010	усього	у т.ч. франчайзингових	франчайзингових	власних	2010
Торгівля	30	34	568	1021	132	179	29032	1303	66	74	162
Послуги для споживачів	17	22	129	313	38	75	5880	2263	103	30	78
Ресторанне господарство	14	14	124	252	44	50	2929	1760	13	35	59
Інформація	7	7	51	47	9	8	385	128	4	16	48
Послуги для бізнесу	6	7	46	84	11	21	2535	2116	22	101	121
Виробництво	5	6	15	37	7	12	558	389	10	32	47
Вендинг	-	5	-	17	-	11	6200	1195	-	109	564
Фінанси	-	4	-	14	-	3	638	93	-	31	213
У середньому	-	-	-	-	-	-	-	-	56	559	134
Усього	79	99	933	1782	241	359	48157	21247	-	-	-

Хоча в 2009 р. у зв'язку з економічною кризою спостерігається зменшення кількості франчайзерів на 48% відносно попереднього року, кількість брендів та кількість франчайзингових об'єктів протягом 2006-2010 рр. зростає кожного року, що свідчить про позитивну тенденцію розвитку франчайзингових мереж (рис. 2 і 3).

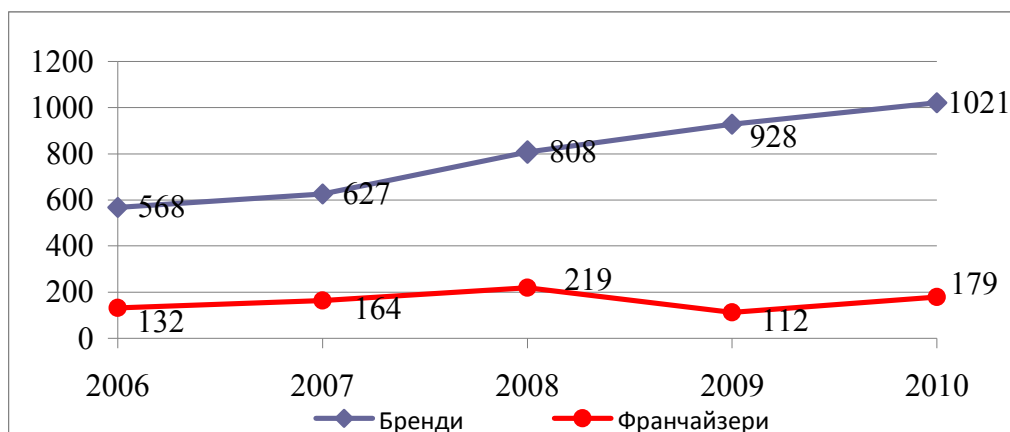


Рис. 2. Динаміка кількості брендів та франчайзерів в торгівлі України за 2006-2010 рр. [10; 11]

З рис. 2 видно, що кількість франчайзингових брендів у 2007 році збільшилася на 10% відносно попереднього року, у 2008 р. – на 28%, у 2009 р. – на 15%, у 2010 р. – на 10%. У 2010 р. порівняно з 2006 р. кількість франчайзингових брендів збільшилась на 80%.

Кількість франчайзингових об'єктів за 2006-2010 рр. у сфері торгівлі збільшилась з 8664 до 13303 од., тобто на 54% (рис.3).

Водночас слід зазначити, що за аналізований період темпи приросту їх кількості нерівномірні. Так, у 2007 р. кількість франчайзингових об'єктів зростає на 24%, у 2008 р. їх кількість зменшилась на 5%, у 2009 р. зростає на 15%, у 2010 р. – на 13%, що також свідчить про позитивну тенденцію розвитку франчайзингових мереж в торгівлі.

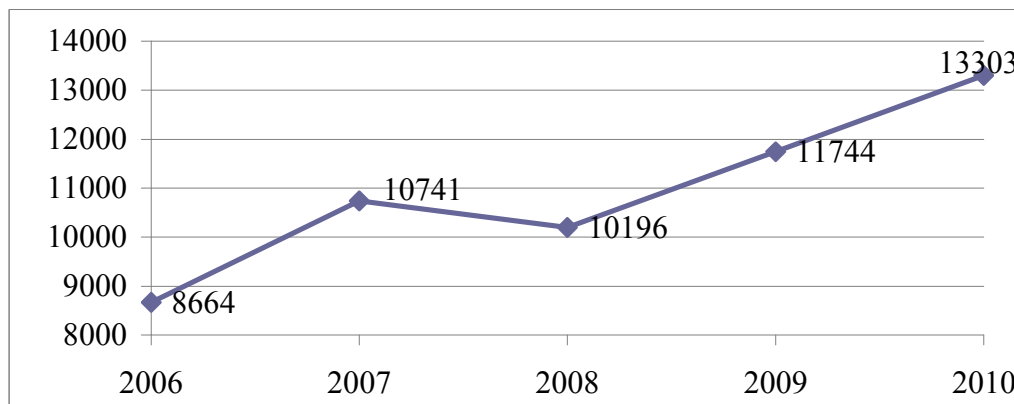


Рис. 3. Динаміка кількості франчайзингових об'єктів в торгівлі України за 2006-2010 рр. [10; 11]

На кінець 2010 р. в торгівлі працювало 179 франчайзерів, франчайзинг впроваджено в 34 галузях діяльності. З 29032 мережових торговельних об'єктів

13303 – франчайзингові, а 15729 – власні, належать франчайзеру. В середньому на одного франчайзера припадало 162 торговельні об'єкти, з них 74 були франчайзинговими.

За даними асоціації франчайзингу в Україні, станом на кінець 2010 року всього в цих сферах діяльності працювало 21247 франчайзингових об'єктів під 1782 брендами. За кількістю брендів лідером є торгівля – 1021 бренд, друге місце займає сфера послуг для споживачів – 313 брендів.

Ринок франчайзингу в Україні активно розвивається. Дані Асоціації франчайзингу свідчать, що за 2011 р. кількість франчайзингових мереж збільшилась на 45%, з'явилося 250 нових брендів, відкрилося більш ніж 3200 франчайзингових об'єктів. Станом на 28 лютого 2012 р. в Україні за схемою франчайзингу активно розвивається 1784 бренди, що представлені 359 франчайзинговими мережами [12].

Із мережевих брендів, що працюють в Україні, до 45% – це торгові марки, що походять із-за кордону. Незважаючи на порівняно невеликий рівень доходів українців, інтерес зі сторони західноєвропейських країн досить високий. Але все ж таки лідером за кількістю торгових марок є Росія (більше ста). Друге місце за кількістю мережевих брендів належить Німеччині (50 торгових марок). На українському ринку також присутні бренди з Італії, Франції, США. Лідером ринку швидкого харчування серед іноземних інвесторів залишається «McDonald's». Українським франчайзерам належить до 80% всього національного франчайзингового бізнесу. За кордоном представлені 22 національні бренди, з них 13 – у торгівлі. Найбільш відомими франчайзерами на ринку України у сфері роздрібної торгівлі є: ТМ «Наша ряба», «Вопак», «Spa», ТМ «Гаврилівські курчата», «Спортмастер», «Наш край», «Джинси суперцена», «Монарх», «Дригало», «Спортландія», «Columbia», «Zarina», «New Balance». Ключові позиції в розвитку франчайзингових мереж займають компанії, які представляють на ринку України іноземні франшизи, використовуючи досвід і міжнародні стандарти. Деякі франчайзі уміло комбінують національні і зарубіжні франшизи, досягаючи максимального розширення і задоволення потреб цільової аудиторії. Обороти франчайзингу в Україні у 2011 р., за даними експертів ринку, оцінюють приблизно у \$1,5 млрд., що становить близько 3% товарообороту України [13].

За результатами дослідження консультаційної компанії «ТРИАРХ», щодо стану розвитку франчайзингу в Україні можна зробити такі висновки:

1. Найбільш прибутковими є компанії, що розвивають іноземні франшизи, зокрема «Coca Cola», «Pepsi», «Calsberg», «InBev», «Lukoil», «Ліга Інвест», «Дельта Спорт» та ін. До десятки найприбутковіших лідерів увійшла також українська компанія-франчайзер – «Система швидкого харчування» (FFS). Це свідчить про те, що в майбутньому українські франшизи можуть стати гідними конкурентами іноземним.

2. Найбільша частка ринку належить франчайзинговим компаніям «Майстер франчайзі», які контролюють 30% грошового обігу України («ЕМРІК», «Дельта

Спорт», «Ліга Інвест», «HelenMarlene»).

3. Франчайзинг є високоприбутковим і рентабельним бізнесом в Україні. Так, у 2008 р. готівковий обіг першої десятки франчайзерів склав близько 1,5 млрд. дол. США. Однак, починаючи з 2009 р. відбувається уповільнення готівкового обігу найбільш прибуткових франчайзерів, зокрема, у сегменті ресторанного бізнесу – на 30-40%, роздрібній торгівлі – 40-50%, будівництві – 60-70%. Отже, за стабільної економічної ситуації в країні оборот грошових коштів у франчайзингових мережах буде значно більшим.

4. Франчайзинг є економічно вигідним для держави, оскільки дозволяє створювати нові робочі місця. Кількість персоналу, що працювала в системі франчайзингу у 2009 р., сягнула понад 200 тис. осіб.

5. Зростає зацікавленість у розвитку франчайзингу і у підприємців. За даними консультаційної компанії «ТРИАРХ», у 2008 р. до компанії надійшло 523 запити на придбання франшизи, а у 2009 р. – 2000 запитів. Зростання зацікавленості українських підприємців до запровадження франчайзингових технологій ведення бізнесу зумовлено тим, що підприємець, який тільки починає свою справу, у разі придбання франшизи отримує можливість працювати під ім'ям відомого бренду. Крім того, вагомою перевагою для франчайзі є використання вже налагоджених франчайзером логістики, відносин з постачальниками і постачання.

6. Спостерігається висока перспективність розвитку франчайзингу не тільки в роздрібній торгівлі, ресторанному господарстві, виробництві, у сфері послуг, а й оптовій торгівлі, сільському господарстві, на ринку нерухомості, в сфері дизайну і архітектури, надання логістичних та юридичних послуг, спорту та інших.

7. Під час економічної кризи спостерігається тенденція призупинення програм розвитку своїх мереж франчайзерами, чия бізнес-концепція була недосконалою, мали місце проблеми ведення господарської діяльності, в яких були невідпрацьовані стратегія розвитку бізнесу, процеси пошуку франчайзі, програми просування власних франшиз, внаслідок чого знизилася прибутковість та рентабельність.

Отже, можна впевнено свідчити, що в Україні спостерігається позитивна динаміка розвитку франчайзингу. Звичайно, бувають невдачі франчайзерів або відмови від розвитку за франчайзинговою схемою, проте вони, як правило, не пов'язані з недоліком франчайзингу як методом побудови мережі, а є результатом неправильного вибору концепції або стратегії просування бренду.

З кожним днем франчайзингові пропозиції на українському ринку стають все більше різноманітними, з'являються нові галузі, нові технології. Розширюється також ціновий діапазон франшиз. Сьогодні на ринку України представлені франчайзингові роздрібні торговельні мережі, до яких можна долучитися з відносно невеликим обсягом інвестицій, що є надзвичайно ефективним способом набуття досвіду ведення власного бізнесу, особливо для підприємців-початківців. Присутні також елітні та дорогі франшизи. Як наслідок, суб'єкти господарювання зацікавлені у входженні в франчайзинговий бізнес, мають широкий вибір

пропозицій, а для франчайзерів ще є дуже багато місця на ринку для реалізації нових бізнес-ідей.

Список використаних джерел:

1. Андрощук Г. Франчайзинг: преимущества, принятие решений по франшизе / Андрощук Г., Денисюк В. // Предпринимательство, хозяйство и право. – 1997. – №1. – С. 33-39.
2. Бедринець М.Д. Франчайзинг: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні // Фінанси України. – 2001. – №2. – С. 96-104.
3. Земляков Д.Н. Франчайзинг. Интегрированные формы организации бизнеса / Земляков Д.Н., Макашев М.О. – Москва «ЮНИТИ-ДАНА», 2003. – 142 с.
4. Корольчук О.П. Франчайзинг (теорія, методологія, практика) [Текст]: монографія / О.П. Корольчук. – К.: КНТУ, 2006. – 207 с.
5. Рыкова И.В. Франчайзинг: новые технологии, методология, договоры. – М.: Современная экономика и право, 2000. – 224 с.
6. Стэнворт Д. Франчайзинг в малом бизнесе: Пер. с англ. / Д. Стэнворт, Б. Смит. – М.: Аудит; ЮНИТИ, 1996. – 200 с.
7. Суковатий О.В. Особливості реалізації франчайзингу в Україні// Проблеми науки. – 2007. – №2. – С. 14-18.
8. Цират А.В. Франчайзинг и франчайзинговый договор. – К.: Истина, 2002. – 240 с.
9. Статті [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://o-k.com.ua/news/partners/franchising/franchising-uc-efektivny-method-running-a-small-ta-serednogo-bznesu-in/>
10. Состояние рынка. Статистика франчайзинга в Украине [Электронный ресурс] // Сайт Ассоциации франчайзинга. – Режим доступу: http://www.franchising.org.ua/page/sostojanie_rynka
11. Спецвыпуск к выставке «Франчайзинг 2011» «Мир Франчайзинга». [Электронный ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua/franchajzing/sostojanie-rynka.html>
12. Бюлетень до Восьмої міжнародної спеціалізованої виставки франчайзингу «Франчайзинг 2012», що відбулася 28 лютого-2 березня 2012 р. у м. Києві. – 2 с.
13. Франчайзинг 2011: короткі підсумки і перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vlasbiz.net/content/detail/104>
14. Статті [Електронний ресурс] // ТРИАРХ консалтинг. – Режим доступу: <http://www.triarh.com/ru/arts570.html>