

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Сучасна світова економіка характеризується високим ступенем глобалізації та інтеграції. Приєднання України до Світової організації торгівлі та зростання євроінтеграційних прагнень вплинули на необхідність активізації інноваційної діяльності в країні з метою підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на світових ринках. Успіх інноваційної складової вітчизняної економіки багато в чому залежить від стану та розвитку малого підприємництва, що, безсумнівно, є джерелом інновацій, а також каналом трансферу знань і технологій. Джерелами фінансування інноваційної діяльності підприємств можуть бути власні та залучені ресурси, позикові кошти. Однак в умовах подолання наслідків світової фінансової кризи на багатьох підприємствах не вистачає фінансування навіть на підтримку наявних обсягів випуску продукції. У даному контексті особливу актуальність здобувають нетрадиційні методи фінансування інноваційної діяльності, до числа яких належить франчайзинг.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Основи наукового обґрунтування франчайзингу як прогресивного методу ведення бізнесу заклали Дж. Майер, Дж. Еванс, Б. Карлоф, Д. Кауфман, Дж. Стігліц. Вагомий внесок у розвиток франчайзингу здійснили українські вчені: Т.П. Бут, А.Є. Кузьмін, В.І. Ляшенко [1], Т.В. Мирончук, В.В. Шкоромада, А.В. Цират та ін.

Метою статті є визначення сутності франчайзингу як ефективної форми фінансування інноваційної діяльності; виявлення головних проблем розвитку даної форми інноваційного бізнесу в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під франчайзингом мається на увазі своєрідна форма співробітництва, у рамках якої одна сторона (франчайзер), що вже володіє успішним бізнесом, у тому числі відомою торгівельною маркою або ноу-хау, комерційними таємницями, гарною репутацією, дозволяє іншій стороні (франчайзі) користуватися на платних умовах створеною нею схемою бізнесу протягом певного часу. Франчайзинг як один із найпопулярніших способів впровадження та розширення бізнесу надає беззаперечні переваги обом сторонам франчайзингового договору.

Франчайзеру створення франшизних підприємств виходить звичайно набагато дешевше, ніж

відкриття власних філій. Франчайзі одержує готову «нішу» у бізнесі, а також має право використовувати відомий товарний знак франчайзера. Популярність франчайзингу пояснюється тим, що він створює сприятливі умови для розширення мереж збуту товарів як на національних, так і на іноземних ринках, а також уможливорює збільшення кількості представництв за короткий проміжок часу та з невеликими витратами. Франчайзинг, попри те, що є відносно молодим видом організації економічної діяльності, визнаний в усьому світі як найбільш прогресивна форма ведення бізнесу. Безумовними лідерами франчайзингу та експортерами франшизного бізнесу у світі є США, Канада, Корея, Японія, Австралія, лідери Європи – Німеччина, Франція, Великобританія. Рівень розвитку франчайзингу в США характеризується наступними даними: функціонує понад 2200 франшизних систем у понад 75 видах діяльності; кількість франшизних підприємств досягає майже 855,0 тис. од.; на одного франчайзера доводиться в середньому 388 франшизних точок; франчайзингові компанії забезпечують 9,5 млн робочих місць і виробляють близько 850 млрд дол. продукції для національної економіки. Успіх американського франчайзинга багато в чому визначається підтримкою з боку держави, серйозним відношенням до просування торгівельних марок, сильними маркетинговими позиціями, прийняттям, вдосконаленням і виконанням стандартів якості як продукту, так і бізнес-систем у цілому. На сьогодні у світі налічується більше 16500 франчайзерів і більше 165500 франчайзі [2]. В Україні сьогодні по системі франчайзингу працюють близько 200 закордонних і українських торгівельних марок. В українському законодавстві немає визначення поняття франчайзинг, але є аналог – договір комерційної концесії, право відносини за яким регулюються частиною 76 Цивільного та частиною 36 Господарського кодексів України. За договором комерційної концесії одна сторона (правовласник) зобов'язується надати іншій стороні (користувачеві) за плату право користування відповідно до вимог комплексом належних цій стороні прав з метою виготовлення та (або) надання послуг. Найбільше поширення в Україні франчайзинг одержав у сфері громадського харчування – 50% ринку, потім йдуть технологічні франшизи, освіта, насамперед дитяча, спортшколи.

Франчайзинг в аспекті інноваційної діяльності дозволяє підвищити рентабельність малого підприємства завдяки об'єднанню переваг малого та великого бізнесу. На ринку франчайзингу в Україні вже протягом декількох років спостерігається незмінний інтерес до франшиз, що пропонують дитячі товари, послуги та розваги. У 2016 р. серед компаній, що розвиваються за франчайзингом, був проведений конкурс «Франшиза року», переможцем якого стала мережа центрів розвитку інтелекту у дітей AMAKids. Серед інноваційних франшиз кращими визнані: проект захищеного мобільного зв'язку SafeCalls, кур'єрська експрес-доставка малогабаритних вантажів на електровелосипедах Delfast, міжнародна мережа бізнес-шкіл для дітей і підлітків «MiniBoss» та франшиза 3D-фабрики Factory in the Box [3].

Сьогодні в Україні близько 25% бізнесу працює за франчайзингом, для порівняння в Європі – 67%, у США – 80%. Найпоширеніший запит у цьому році на франшизи в Україні – від 6 до 10 тис. дол. Невеликі кав'ярні, бургерні, хот-доги – лідери цього року, що обумовлено великим попитом на швидку й відносно дешеву їжу з боку споживачів, це означає прогнозовану швидку окупність [4]. 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. Більшу частину іноземних франчайзерів (25% від загальної кількості) складають росіяни. Присутність в Україні іноземних компаній як франчайзерів має певні позитивні наслідки. Функціонування іноземних франчайзерів дозволяє вітчизняним підприємствам з часом перейняти успішний досвід ведення діяльності в умовах франчайзингових відносин, достатній для більш широкого розвитку договірної системи внутрішнього франчайзингу в Україні. Крім того, діяльність іноземних франчайзерів сприяє постачанню на вітчизняний ринок нових товарів і послуг [5].

Протягом останніх п'яти років вітчизняний ринок франчайзингу виріс на третину. Це досить стабільний тренд, що спостерігається незважаючи на

загальне скорочення чисельності малого бізнесу. В 2018 р. в Україні за прогнозами фахівців, будуть зростати франшизи в таких категоріях: заклади громадського харчування (ресторани, кафе, бари й фастфуд), послуги, медицина та діти. Однак у нас є власні особливості. Наприклад, у розподілі франшиз по країнах. Вітчизняні франчайзери домінують відразу в трьох сегментах. Найбільше їх у різних сервісах – майже 70% – і бізнес-форматах – 64%. Більше половини – 56% – становлять українські виробничі франшизи. Першість іноземних власників франшиз помітно тільки на ринку товарних франшиз. І це цілком зрозуміло, адже велика кількість міжнародних брендів працюють в Україні саме з бізнес-моделлю франчайзингу. Одним з найбільше динамічно-зростаючих секторів економіки України й світі в найближчі роки буде залишатися галузь з надання послуг експрес-доставки (кур'єрської пошти). Активний вітчизняний оператор цього сегмента – ТМ «Нова пошта» – із запланованих нових 1000 відділень більше 40% збирається відкрити разом з партнерами. Не менш амбіційні плани й в інших гравців на ринку кур'єрської доставки. Приводів для оптимізму в них насправді достатньо. По-перше, обсяг послуг кур'єрської пошти надалі буде впливати на розвиток торгівлі й підприємництва в усіх галузях економіки в Україні. Саме завдяки моделі франчайзингу інфраструктура експрес-доставки дала можливість багатьом галузям (таким як легка промисловість, харчова промисловість, виробництво електроніки й логістика та інше) ефективніше розвивати власні підприємства, швидко знаходити свого покупця, минаючи складні бар'єри каналів збуту, які створюють роздрібні мережі, і збільшувати конкурентоспроможність. По-друге, висока динаміка розвитку електронної комерції й інфраструктури експрес-доставки спонукає підприємців й їхні методи ведення бізнесу усе більше підпадати під глобальний вплив й адаптуватися до міжнародних стандартів, невід'ємною частиною яких є послуги експрес-доставки. Перелік найбільш привабливих франшиз в Україні (як вітчизняних, так й іноземних), розмір вступного платежу, роялті, термін окупності проектів подано у таблиці.

Таблиця

Перелік найбільш привабливих франшиз в Україні 2015 р.

Назва ТМ франчайзингової мережі	Інвестиції	Вступний внесок	Роялті	Термін окупності
1	2	3	4	5
«Наш край»	10000 EUR – 25000 EUR	відсутній	3,5 EUR / кв.м. (за раз зафіксовано на рівні 1 EUR = 17,50 грн)	від 5 міс.
«Львівські плячки»	від 50000 USD	від 10000 USD	10%	до 2,5 років
Крила	450000-550000 тис. грн	35000 грн - 85000 грн	2,5% (від обороту) в міс.	6 – 18 міс.
Еко-Лавка	від 300000UAH	від 50000 UAH	3%	6 – 18 міс.
«Франс.уа»	від 22000 USD	6000 USD	Відсутнє	18 міс.

1	2	3	4	5
«Булочна № 1»	від 20000 USD	від 4000 USD	Відсутнє	від 8 до 18 місяців
Львівська Майстерня Шоколаду	від 40000 USD до 100000 USD	від 15000 USD	Обговорюється	від 24 до 36 місяців
Компанія Crocs	від 15000 USD до 25000 USD	відсутній	Відсутнє	від 12 до 18 місяців
Join UP!	від 2000 USD до 3000 USD	від 22000 UAH	1000 – 2500 UAH в залежності від міста	6 – 12 місяців
Сендвіч-бар FreshLine	від 25000 USD до 45000 USD	від 3000 USD	4%	12 – 24 місяці

Лідером – найперспективнішим франчайзинговим проектом у 2015 р. – є супермаркет «Наш Край», який відкриває свої точки по всій Україні. На даний момент в Україні відкрито 177 точок, 149 з яких франчайзингові, 28 – власні. Основною перевагою даної франшизи є відсутність вступного платежу, швидкий термін окупності (від п'яти місяців), невеликі за розміром роялті, що становлять 3,5 €/м² торгової площі. Розмір інвестицій для відкриття супермаркету складає від 10000 € [6]. Однією з найвідоміших франшиз, що вже давно існують на ринку громадського харчування України, є «Піца Челентано» та New York Street Pizza. Перевагами даних закладів є відома товарна марка, довіра споживачів та невисокий розмір роялті (1,5–2%). Термін окупності даних франшиз складає в середньому 1–1,5 роки. Кожного року український ринок франчайзингу поповнюється новими франчайзерами, як вітчизняними, так і зарубіжними. Проте попри загальний розвиток українського ринку, необхідно відзначити і наявність низки проблем, що перешкоджають його розвитку та потребують вирішення юридичних, еко-

номічних, організаційних та соціально-психологічних питань. Насамперед ці проблеми пов'язані із:

- необізнаністю вітчизняних підприємців з основними принципами та особливостями ведення бізнесу за умовами франчайзингу;
- невідповідністю міжнародним стандартам;
- відсутністю закону України про франчайзинг;
- відсутністю практики апробації бізнесу;
- відсутністю кваліфікованих кадрів;
- недостатньою кількістю інформації про франчайзинг як метод ведення бізнесу;
- високою вартістю франшизи порівняно з купівельною спроможністю покупців;
- складними умовами та адміністративними бар'єрами для організації та ведення бізнесу.

Як показано на рис. 1, починаючи з 2001 р. кількість франчайзерів з кожним роком збільшується. Тільки у 2009 та 2014 рр. спостерігається скорочення цього показника у зв'язку з кризовим станом в економіці. Незважаючи на це, кількість франчайзерів продовжує зростати.

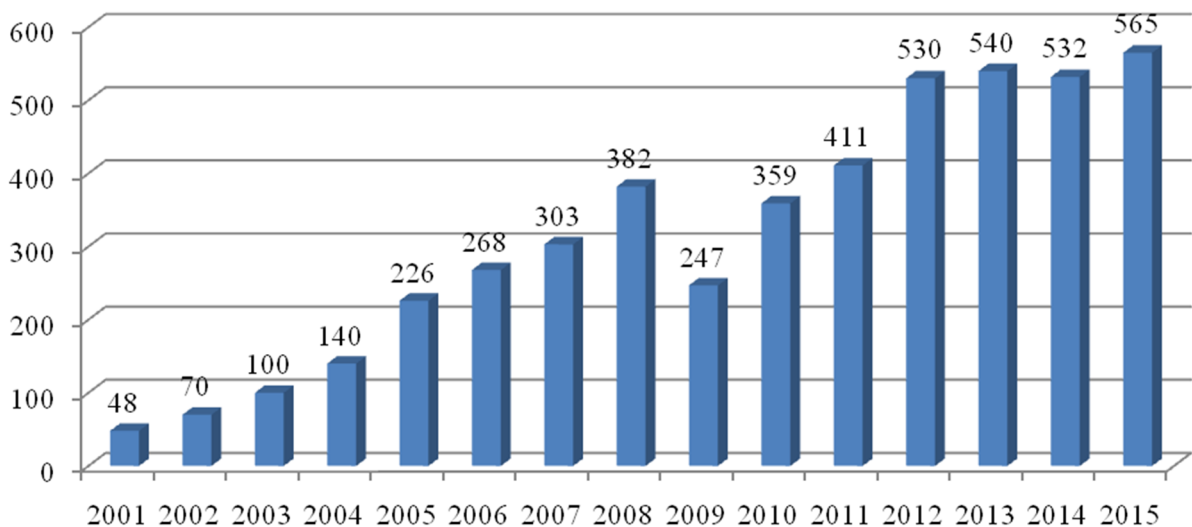


Рис. 1. Кількість франчайзерів в Україні 2001-2015 рр. [7]

Виходячи з даної інформації, можна стверджувати, що франчайзинговий бізнес кожного року розвивається все більше. На рис. 2 видно, що 83,8% усіх

точок працюють на ринку франчайзингу у сфері роздрібною торгівлі, 72,7% – у сфері послуг та 70,4% – у ресторанному бізнесі [7].

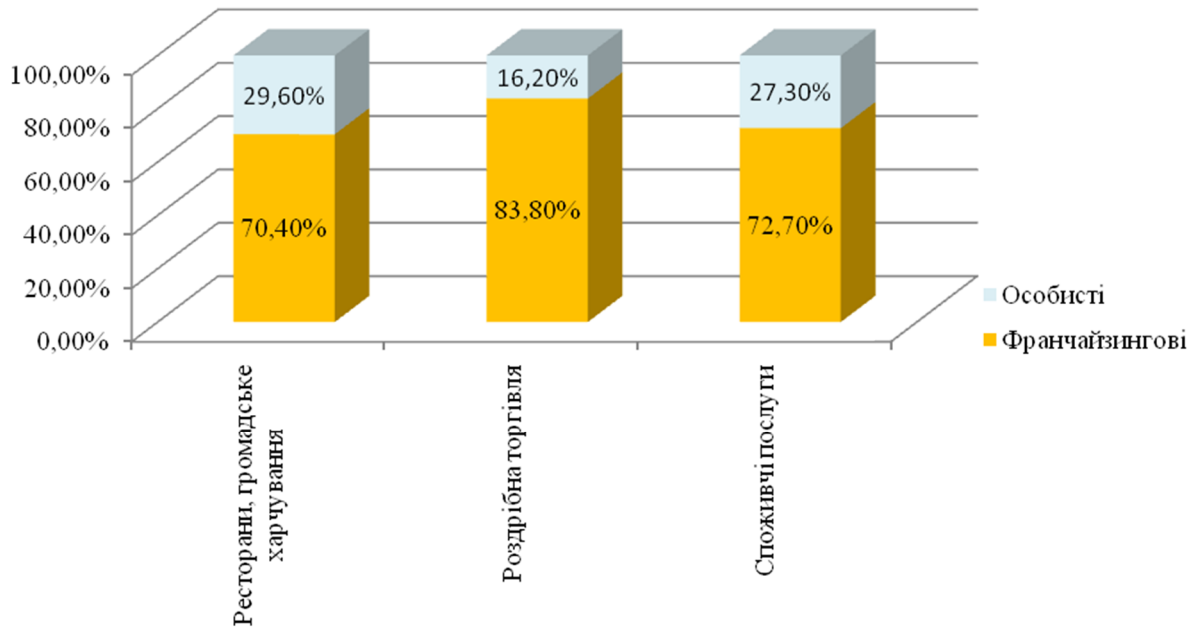


Рис. 2. Структура франчайзингових та власних точок за галузями 2015 р. [7]

Франчайзингова модель містить у собі елементи різних видів економічних відносин, зокрема інвестування, оренди, трансферу технологій, ліцензування, дилерства, купівлі-продажу, патентування, надання послуг та інше, що дає підстави розглядати франчайзинг як спосіб опосередкованого фінансування інвестиційно-інноваційної діяльності, за допомогою якого здійснюється передача технологічних, маркетингових та організаційних інновацій і відповідно підвищується рівень інноваційності самих суб'єктів господарювання. Тобто франчайзингові мережі виступають як канали трансферу інновацій, у яких компанія-франчайзер виконує роль розроблювача інновацій, а компанія-франчайзі є їхнім споживачем і забезпечує подальше поширення та впровадження. Конкуренція змушує підприємців виходити на ринок інновацій, брати участь у його формуванні шляхом придбання франшиз, ліцензії, прав на виробництво продукції, використання технології, ноу-хау та іншої інтелектуальної власності.

Актуальність використання франчайзингу, як інноваційної форми організації підприємництва в Україні, пов'язана з тим, що процес становлення та розвитку бізнесу відбувається в умовах різкого дефіциту фінансових ресурсів, а також відсутності діючої системи фінансування, кредитування й страхування підприємницької діяльності. Характер функціонування франчайзингу в інноваційному механізмі свідчить про те, що на його основі створюються такі форми економічних відносин і зв'язків між суб'єктами господарювання, які внаслідок своєї адекватності природі інноваційного виробництва максимально сприяють його ефективності [8]. Однією з особливостей франчайзингу в цьому випадку виступає сполучення в ньому переваг лізингу та кре-

диту одночасно, при цьому франчайзинг дозволяє мінімізувати стратегічний ризик для франчайзі (у порівнянні: свій бізнес згортають більше 25% звичайних малих підприємств і тільки 5% франчайзі) і надає можливість прискорити торгівельне розширення франчайзера [9]. Франчайзинг сприяє підвищенню інноваційності підприємництва, шляхом прямого або опосередкованого впливу на наступні зовнішні фактори: збалансованість, рівноваги в співвідношенні попиту та пропозиції на інноваційні продукти й послуги з обсягу, структури і якості; тривалість годинного інноваційного інтервалу між виникненням, вдосконаленням і впровадженням нових технологій; розробка та проектування нових зразків інноваційної продукції; розвиток соціокультурних чинників (зміна системи цінностей, рівня професійної підготовки, стимулювання працівників); посилення конкуренції, що активізує пошук поліпшення якісних характеристик продукції, відновлення асортиментів; зростання та ускладнення вимог споживачів. Для ефективного розвитку франчайзингу в Україні як інструменту підвищення інноваційності підприємництва необхідно внести зміни до законодавства, прийняти закон про франчайзинг, а також створити відповідний інноваційний клімат, що сприяє одержанню необхідних знань для ведення бізнесу за франшизою. Франчайзинг, як організаційна форма ведення бізнесу, сприяє інноваційному розвитку українських підприємств, оскільки крім торгівельної марки франчайзі здобуває за певну винагороду, нові технології, знання, досвід, імідж франчайзера. Така форма ведення бізнесу дозволяє новим рішенням з мінімальними затримками пробиватися на ринку, надає при цьому підприємцям можливість отримати

максимальний прибуток від профінансованого проєкту.

Висновки. Незважаючи на те що для України поняття франчайзингу є порівняно новим, останніми роками спостерігається значне його зростання. З'являються нові вітчизняні франчайзери, а також закордонні компанії виходять на український ринок. Ураховуючи всі недоліки українського ринку франчайзингу, його розвиток відбувається повільніше, ніж у країнах Європи та США. Проте за сучасних кризових умов даний вид бізнесу залишається одним із найперспективніших та найменш ризиковим для українських підприємців, а також дає можливість підвищити конкурентоспроможність вітчизняної економіки і сприяє виходу країни з кризи.

Франчайзинг створює певні вигоди не лише для власників бізнесу, але й для споживачів. Вони отримують доступ до вітчизняних та імпортованих товарів та послуг відомих торгових марок, якість яких перевірена досвідом і часом. Проте активне використання франчайзингу в Україні вимагає насамперед реформування законодавчої бази.

Література

1. **Ляшенко В.И.** Развитие франчайзингового режима в Украине. *Вісник економічної науки України*. 2007. № 1. С. 79–85.
2. **Шкутько О.Н.** Международный франчайзинг: современные тенденции и мировой опыт. URL: <http://www.cyberleninka.ru>.
3. **Большой Киев** Сеть центров развития интеллекта у детей названа франшизой 2016 года URL: <http://www.bigkiev.com.ua>.
4. **Аппетитные франшизы:** на чем можно заработать в 2017 году. URL: <http://www.uibg.ua>.
5. **Глушаченко Н.А.** Міжнародний франчайзинговий бізнес. URL: <http://dspace.uabs.edu.ua>.
6. **Наш край.** URL: <http://franchise.ua/board/read905.html>.
7. **Звіт «Франшизи в Україні стійкі до кризи».** URL: <http://franchisegroup.com.ua>.
8. **Беспятых В.И., Шехирев А.В.** Методические подходы к обоснованию параметров франчайзинговых сделок. *Вопросы новой экономики*. 2010. №3. С. 52–58.
9. **Толстых Т.О., Дигилина О.Б., Орлова С.А.** Франчайзинг как особый вид предпринимательской деятельности. *Вестник ОрелГИЭТ*. 2012. №2(20). С. 52–55.
10. **Каталог** популярных франшиз. URL: <https://franch.biz/popularnye-franshizy/>.

Бившева Л. О., Кондратенко О. О., Лисенко А. О. Франчайзинг як ефективна форма розвитку інноваційного підприємництва в Україні

У статті визначена сутність франчайзингу як ефективної форми співробітництва франчайзера, який володіє успішним бізнесом, та франчайзі, який отримує дозвіл на користування схемою бізнесу франчайзера на платних умовах, протягом певного часу. Наведено приклади діючих інноваційних вітчизняних франшиз сьогодні та визначено головні проблеми розвитку даної форми інноваційного бізнесу в Україні.

Ключові слова: франчайзинг, франшиза, інноваційне підприємництво, франчайзер, сегмент ринку, конкурентоспроможність.

Бившева Л. А., Кондратенко О. А., Лысенко А. А. Франчайзинг как эффективная форма развития инновационного предпринимательства в Украине

В статье определена сущность франчайзинга как эффективной формы сотрудничества франчайзера, который владеет успешным бизнесом, и франчайзи, который получает разрешение на пользование схемой бизнеса франчайзера на платных условиях, на протяжении определенного времени. Приведены примеры действующих инновационных отечественных франшиз сегодня и определены главные проблемы развития данной формы инновационного бизнеса в Украине.

Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, инновационное предпринимательство, франчайзер, сегмент рынка, конкурентоспособность.

Byvsheva L., Kondratenko O., Lysenko A. Franchising as an effective form of development of innovative entrepreneurship in Ukraine

In the article essence of franchising is certain as an effective form of collaboration of franchisor, that owns successful business and franchayzi, that gets permission on using the chart of business of franchisor on the requiring payment terms, during set time. Examples of current domestic innovative franchises are given today and certain main problems of development of this form of innovative business in Ukraine.

Keywords: franchising, franchise, innovative entrepreneurship, franchisor, market segment, competitiveness.

Стаття надійшла до редакції 02.07.2018

Прийнято до друку 11.09.2018