

АНАЛІЗ ФРАНЧАЙЗИНГУ ЯК СУЧАСНОЇ ФОРМИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

ANALYSIS OF FRANCHISING AS A MODERN FORM OF INTERNATIONAL BUSINESS DEVELOPMENT

Ляхов В.А.

магістр,

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

Гришкін В.О.

доктор економічних наук,
доцент кафедри економіки

та управління національним господарством,

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

У статті досліджено франчайзинг як сучасну форму розвитку міжнародного бізнесу. Проаналізовані тенденції використання франшиз у розвинених країнах світу. Визначені основні процеси взаємодії франчайзера та франчайзі. Визначені переваги та недоліки франчайзингу як форми міжнародного бізнесу.

Ключові слова: франчайзинг, міжнародний бізнес, франчайзер, франчайзі.

В статье исследован франчайзинг как современная форма развития международного бизнеса. Проанализированы тенденции использования франшиз в развитых странах мира. Определены преимущества и недостатки франчайзинга как формы международного бизнеса.

Ключевые слова: франчайзинг, международный бизнес, франчайзер, франчайзи.

In this article we have researched franchising as a modern form of international business. We have analyzed trends of franchising usage in developed European countries and USA. As a result, we have estimated advantages and disadvantages of franchising as a form of international business.

Key words: franchising, international business, franchisor, franchisee.

Постановка проблеми. Сьогодні є різноманітні напрями та форми розвитку міжнародного бізнесу. Традиційно до основних належать: експорт товарів та послуг, ліцензування та проекти під ключ. Однак починаючи з кінця ХХ ст. здобуває все більшої популярності концептуально нова форма розвитку міжнародного бізнесу, а саме франчайзинг.

Сучасні тенденції розвитку світової економіки та процеси глобалізації дають можливість фірмам досягти міжнародних ринків, і франчайзинг є однією з таких. Франчайзингові мережі дають змогу розширити збут продукції, максимізувати прибуток та збільшити зайнятість населення (особливо якщо діяльність франчайзі розташована в країнах, що розвиваються), тому тема заслуговує всебічного аналізу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням розвитку франчайзингу як форми міжнародного бізнесу займалися такі вітчизняні науковці, як Т.М. Григоренко, О.Є. Кузьмін, А.М. Магомедова, В.Є. Сахаров, Т.М. Циганкова, А.В. Цират, І.М. Школа, серед зарубіжних учених на особливу увагу заслуговують роботи

Ж. Дельтея, Ф. Котлера, М. Мендельсона, А. Панфілової та інших.

Постановка завдання. Мета статті полягає в аналізі розвитку франчайзингу як форми міжнародного бізнесу. До основного завдання статті також доцільно віднести дослідження темпів та особливостей розвитку франчайзингу в деяких країнах та визначення головних переваг і недоліків такої форми розвитку міжнародного бізнесу.

Виклад основного матеріалу. Протягом останніх декад все популярнішим стало використання підприємствами франчайзингу для отримання доступу на зовнішні ринки. Це свідчить про те, що франчайзинг став більш глобальним явищем, і зараз його невіддільно ототожнюють з однією з найпопулярніших форм ведення міжнародного бізнесу. Варто зазначити, що сьогодні у провідних країнах світу франчайзинг – невіддільний атрибут економіки, адже більшість продажів здійснюється через франчайзингові мережі [1]. Міжнародний франчайзинг сьогодні динамічно розвивається. Міжнародна франшиза – більш простий спо-

сіб проникнення підприємств на світові ринки, оскільки потребує значно менше інвестицій для відкриття бізнесу. Вихід підприємств на світові ринки через франчайзингові мережі дає змогу розширити збут продукції, максимізувати прибуток та збільшити зайнятість населення (особливо якщо діяльність франчайзі розташована в країнах, що розвиваються).

Термін «міжнародний франчайзинг» означає форму ліцензування, суть якої полягає в тому, що велике підприємство, що знаходиться в одній країні (франчайзер), видає фірмі або особі з іншої країни (франчайзі) дозвіл на використання своєї технології виробництва, а також бренда, торговельної марки та логотипу в обмін на виплату роялті [2]. Однак за визначенням Міжнародної асоціації франчайзингу, «франчайзинг – це договірні відносини між франшизодавцем і франшизоотримувачем, де франшизодавець пропонує або зобов'язується виявити постійний інтерес до діяльності франшизоотримувача в таких сферах, як ноу-хау та навчання персоналу, тоді як франшизоотримувач здійснює власну діяльність під спільним фірмовим найменуванням, форматом та процесом, яким володіє франшизодавець, та вклав або вкладе значні інвестиції у це підприємство із власних ресурсів».

Можна виділити такі види міжнародного франчайзингу:

1. Виробничий – в цьому разі франчайзі виробляє продукцію, використовуючи технології франчайзера, і реалізує товари під його брендом;

2. Дистрибуторський франчайзинг – франчайзер виготовляє товари під власним брендом, продає їх на особливих умовах франчайзі, який

далі займається перепродажем кінцевим споживачам;

3. Сервісний – припускає, що франчайзі надає послуги від імені франчайзера, розроблені власником франшизи;

4. Франчайзинг товарних знаків (інакше товарний) – в цьому разі франчайзі має право продавати або виробляти товари під торговою маркою франчайзера [3].

Статистика свідчить, що з усіх новостворених у світі підприємств 85% закінчують свою діяльність впродовж перших 5 років. А тих, хто працює за франчайзинговою схемою – лише 15%. Міжнародний франчайзинг діє більш ніж у 140 країнах світу.

Франчайзинг у світовому господарстві найбільш розповсюджений у таких сферах, як готельно-ресторанний бізнес (понад 65%), що включає заклади швидкого харчування, ресторани, закусочні, готелі та житлові послуги; сфера послуг (29%), що включає персональні послуги, бізнес-послуги, роздрібні торгівлю і послуги (6%), комерційні та житлові послуги; нерухомість та транспорт.

В іноземних підприємств накопичено багатий досвід застосування франчайзингу. За грамотного використання, всіх переваг франчайзингу ця форма організації власного бізнесу досить успішна і прогресивна. У зв'язку з цим вивчення зарубіжної практики франчайзингу є важливим завданням, оскільки методично перейнятий досвід іноземних франчайзингових компаній сприятиме інноваційному розвитку, впровадженню нових стандартів організації бізнесу та підвищенню ділової культури на українському франчайзинговому ринку.

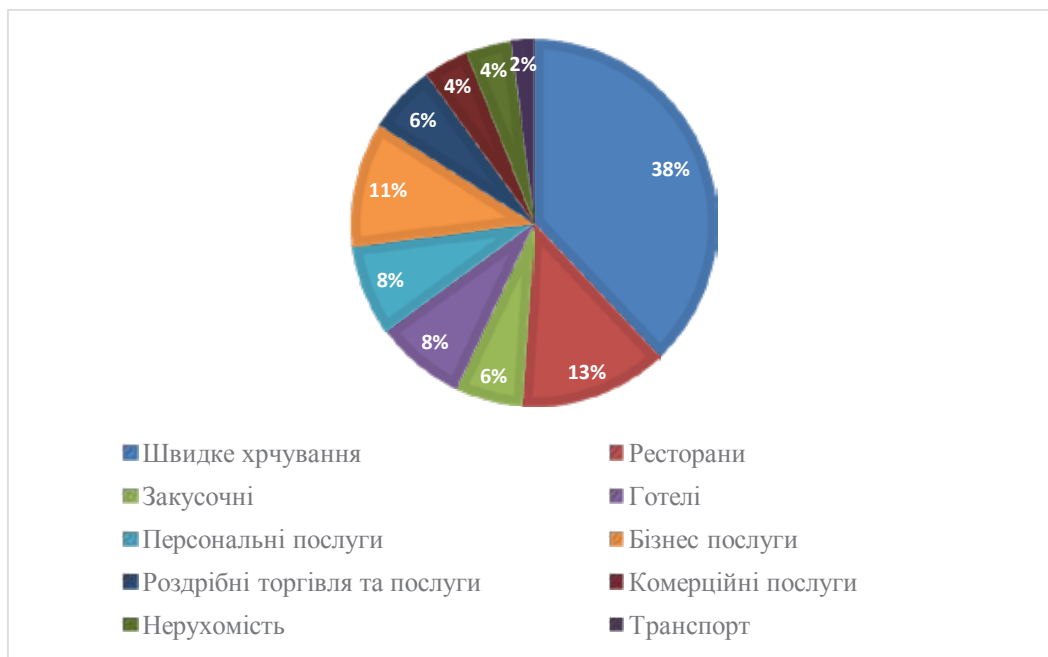


Рис. 1. Найбільш розповсюджені сфери діяльності франшиз [4]

Найбільшої популярності ця форма міжнародного бізнесу досягла у США, Франції, Німеччині, Великобританії та Польщі. Свідченням цього є кількість брендів, які розвивають свої мережі через франчайзинг. Наприклад, станом на 2017 р. у США франчайзинг охоплює більш ніж 80 галузей національної економіки, маючи 2450 франчайзерів і понад 781 тис. франчайзі (рис. 2). Річний обсяг роздрібного продажу у сфері франчайзингу в США досягає більш ніж 40% загального обсягу продажів та оцінюється експертами в 1,8 трлн. дол.

Франчайзингова діяльність активно розвивається. За даними Міжнародної асоціації франчайзингу, кількість діючих франшиз у США зростає, станом на 2017 рік вона збільшилася на 1,5% порівняно з 2016 роком та перевищила кризові 2008–2009 роки і становила понад 781 794 франшиз. Це свідчить про зростання обсягів продажу та збільшення ВВП франчайзингового сектору країни [6].

До найдорожчих франшиз США належать: Hampton Hotels (готелі), Anytime Fitness (фітнес-салони), Subway (фастфуд), Jack in the Box (фастфуд), Supercuts (перукарські послуги), Jimmy John's Gourmet Sandwiches (фастфуд), Servpro (клінінг), Denny's Inc. (фастфуд), Pizza Hut Inc. (фастфуд), Seven-Eleven Inc. (продукти) [5]. У США особливого розвитку набула франчайзингова система створення ресторанів швидкого харчування (20%), побутових послуг (14%) та нерухомості (12%).

Одним із найбільш наочних і переконливих прикладів розвитку і становлення франчайзингової системи є діяльність всесвітньо відомої фірми McDonald's, яка натеper може розглядатися як беззаперечний лідер в індустрії швидкого обслуговування. Швидкий розвиток франчайзингу пояснюється змінами в американській

економіці – зміщенням від виробництва до надання послуг, що відповідають сучасному стилю життя.

Сьогодні на ринку США активно працюють канадські, європейські та японські франчайзери, що вже досягли успіхів у своїх країнах. Найбільш відомі – французька фірма Pronuptia Bridals, Inc, англійська фірма Take and Bake, Inc., німецька Wienerwald Restaurant Services, Inc.

У Західній Європі франчайзинг менш поширений, ніж у США. Його частка в роздрібному товарообороті становить 30%. Всього в країнах ЄС працюють близько 4500 франчайзингових мереж та 180 000 франчайзі, їх річний оборот перевищує 150 млрд. дол. США [7]. Лідерами франчайзингового бізнесу в Європі є Великобританія, Німеччина та Франція.

Франчайзингова діяльність Великобританії активно розвивається, загальна кількість людей, зайнятих у сфері франчайзингу, активно зростає і нині становить 621 тис. зайнятих, що приносить у економіку Великобританії понад 15,1 млрд. фунтів стерлінгів. Саме завдяки міжнародному франчайзингу британська економіка зросла на 46% за останні десять років [8].

Франчайзинг у Німеччині зростає швидкими темпами, і сьогодні він «завоював» майже 10% ринку країни. У 2017 році товарообіг у сфері франчайзингу становив 25,4 млрд. євро, працювало близько 1258 франчайзерів, які мали майже 72 700 незалежних франчайзі.

Тобто франчайзинг став формою ведення бізнесу, яка з мінімальними ризиками дає змогу розширити ринок збуту, максимізувати прибуток та підняти рівень зайнятості населення. Додатковими перевагами міжнародного франчайзингу можна зазначити уникнення законодавчих бар'єрів та економію загальногосподарських витрат. Однак за всіх вагомих переваг варто

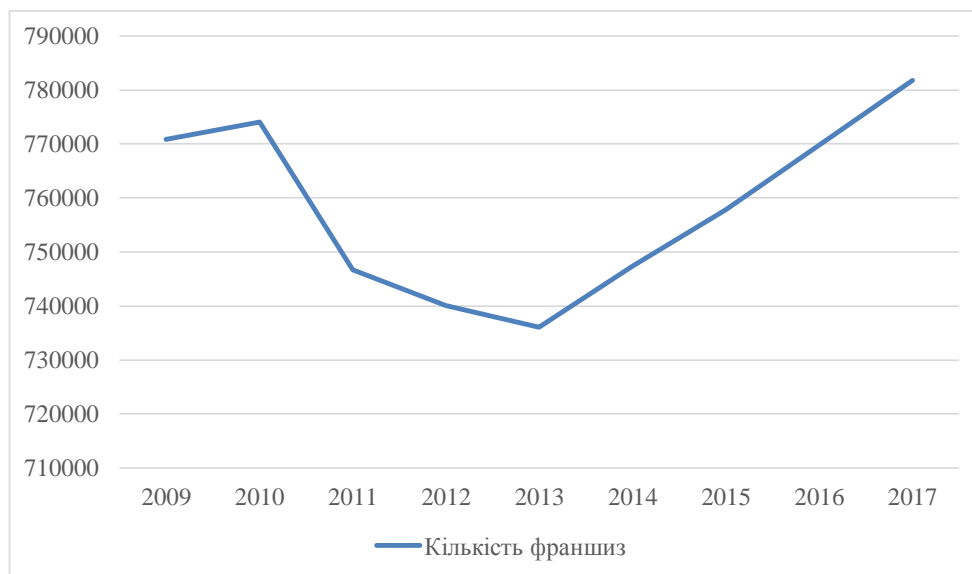


Рис. 2. Кількість діючих франчайзі в США, 2009–2017 рр. [5]

також зазначити недоліки та ризики ведення франчайзингу:

– для успішного впровадження франшизи на закордонний ринок вона має досягти певних успіхів в країні базування. Так, наприклад, «гіганти» індустрії швидкого харчування McDonalds, KFC, PizzaHat мали сотні філіалів в США перед виходом на міжнародну арену;

– процес пошуку компетентного франчайзі в невідомій франчайзеру країні може зайняти вагомий період часу;

– навчивши франчайзі тонкощам ведення бізнесу, франчайзер ризикує створити собі конкурента і навіть втратити цільовий ринок;

– недотримання стандартів ведення бізнесу франчайзі може привести до падіння репутації всього бренду, оскільки споживачі помилково сприймають окремого франчайзі як філіал мережі.

Висновок. Отже, згідно з дослідженням можна стверджувати, що сьогодні франчайзинг охоплює багато сфер господарювання та є ефективним способом виходу підприємств на світові ринки, не потребуючи для цього значних коштів, а даючи можливість продавати свою розроблену модель ведення господарської діяльності.

Для того щоб міжнародний франчайзинг міг активно розвиватися та наповнювати ринки своєю продукцією, доцільно: проводити сегментування зовнішніх ринків та орієнтуватися на потреби покупців; під час продажу франшизи коригувати діяльність підприємства відповідно до культурних особливостей місцевості; впроваджувати інноваційні технології та залучати інвестиції у найпривабливіші для розвитку франчайзингу сектори економіки (готельно-ресторанний бізнес, роздрібна торгівля та сфера послуг).

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Григораш О.М. Франчайзинг як форма розвитку бізнесу/ О.М. Григораш // Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 12. С. 12–20.
2. Носаченко І.М. Франчайзинг як спосіб ведення бізнесу / І. М. Носаченко // Вісник Київського інституту та технологій. 2015. № 2. С. 79–81.
3. Григоренко Т.М. Франчайзинг – прогресивна форма ведення міжнародного бізнесу // 2016. № 12.
4. Franchise Business Economic Outlook. URL: <http://emarket.franchise.org/EconomicInfographicJanuary2018.pdf>.
5. FRANCHISING: A Driver for Economic Growth in Europe URL: <http://www.efffranchise.com/Data/PUBLICATION%20Franchising%20%20A%20vector%20for%20Economic%20Growth%20in%20Europe%20%20finalp.pdf>.
6. IMF World Economic Outlook (WEO). URL: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2018/02/pdf/text.pdf>.
7. International Franchise Association. URL: <http://www.franchise.org>.
8. British Franchise Association. Franchise Industry Research: bfa/NatWest Franchise Survey. URL: <http://www.thebfa.org/about-franchising/franchising-industry-research>.