

АНАЛІЗ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ СИСТЕМИ ЯК ВАЖЛИВОГО ІНСТРУМЕНТУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Вінницький національний технічний університет

Анотація

У роботі розглянуто основні фактори, які впливають на інноваційний розвиток малого бізнесу на Україні та проведено аналіз стану франчайзингової системи, як одного із основних інструментів цього розвитку.

Ключові слова: франчайзинг, інновації, підприємництво, аналіз, система, галузь.

Abstract

The paper considers the main factors that influence the innovative development of small business in Ukraine and analyzes the state of the franchising system as one of the main tools of this development.

Keywords: franchising, innovation, entrepreneurship, analysis, system, industry.

Вступ

Малий бізнес в Україні налаштований на розвиток, незважаючи на несприятливий бізнес-клімат та складнощі з отриманням кредитів. За даними дослідження [1] 82% українських компаній потребують кредитних коштів. При цьому 65% опитаних мають із цим труднощі, із них для 15,5% вважають, що залучення кредитів – «абсолютно неможливе».

Загалом, економічна ситуація в Україні не сприяє розвитку малого бізнесу – так вважають 68,2% опитаних [1]. Лише 3% респондентів повністю задоволені бізнес-кліматом в Україні. Такими є висновки Індексу настроїв малого бізнесу, який вперше провела Європейська Бізнес Асоціація спільно з компанією ЛІГА:ЗАКОН у межах проекту Unlimit Ukraine. Мета дослідження – співпраця з малим і мікробізнесом та аналіз точок зростання, які стимулюватимуть його розвиток. У межах дослідження опитано 278 власників і директорів малого бізнесу усіх сфер діяльності. Близько 40% опитаних компаній були засновані у кризові 2015 – 2017 роки.

Результати дослідження

При проведенні аналізу факторів, що впливають на інноваційну активність малих підприємств на Україні, були виділені п'ять основних проблем, що гальмують процес створення нових малих та середніх підприємств. Це такі, як:

- 1) недоступність кредитів (65%),
- 2) інфляція (56,3%),
- 3) рівень податкового навантаження (42,24%),
- 4) високий рівень корупції (41,9%),
- 5) нестача кваліфікованих фахівців (39,3%) .

Разом з тим, лише 4% респондентів вважають, що насамперед інфляція заважає розвитку бізнесу. Близько 21,6% опитаних назвали систему оподаткування головною сферою, яка потребує змін. 14,7% опитаних найбільше стурбовані доступністю кредитних коштів, для 9% – найбільш неприйнятним є рівень корупції. По 6,1% респондентів хотіли б найперше змінити на користь свого підприємства ситуацію з державною підтримкою бізнесу та платоспроможністю населення.

За результатами дослідження загальний Індекс настроїв малого бізнесу становить 3,2 із 5-ти можливих, що відповідає нейтральному рівню [1]. При цьому такі складові Індексу, як оцінка поточного стану бізнесу, динаміка його розвитку за останні 6 місяців, прогноз ситуації на наступні 6 місяців та оцінка бізнес-клімату виявили кардинально протилежні настрої з боку підприємців.

На сьогодні одним із факторів, що впливають на інноваційну активність малих підприємств в Україні, є місія Європейської Бізнес Асоціації, яка полягає у поліпшенні інвестиційного середовища в Україні та сталій підтримці малого бізнесу. Кілька років тому було започатковано для цього дуже

важливий проект Unlimit Ukraine. Ідея проекту полягає в тому, що великий бізнес може поділитися своїм досвідом з малими підприємцями. Тож, в рамках проекту було розпочато консультування малого бізнесу, підбір команди менторів з досвідчених CEO (оптимізації для пошукових систем) великих компаній, які щедро ділилися експертизою з молодими та амбітними українськими підприємцями. Наступний етап розвитку проекту – створення платформи Unlimit Ukraine для розвитку малого та мікробізнесу на базі Європейської бізнес-асоціації. Проект надає комплексну підтримку для малого та мікробізнесу через освітні заходи і консультації, участь у спецпроектах, діагностику проблем бізнесу й обговорення актуальних для нього питань. Учасником проекту може стати малий і мікробізнес із формою власності ФОП без обмеження видів діяльності.

Обмеженість засобів державної та регіональної підтримки малого підприємництва підвищує роль таких альтернативних інструментів фінансово-кредитного розвитку вітчизняних малих підприємницьких структур як бізнес-ангели, банківське кредитування, лізинг, факторинг, франчайзинг і венчурне фінансування.

Останнім часом достатньо важливим інструментом та потужним імпульсом інноваційного розвитку малого підприємництва можна вважати франчайзингову систему, оскільки саме вона є тією формою організації бізнесу, вироблена світовою практикою, яка в комплексі з іншими ринковими структурами могла б стимулювати подальший розвиток малого бізнесу в Україні.

Станом на 2017 р. в Україні нараховується близько 250 компаній, що просувають свою франчайзингову пропозицію та залучають як мінімум одного партнера-франчайзі [2]. Сумарно ці компанії об'єднують понад 6000 точок й співпрацюють з більш ніж 3 тис. франчайзі. У франчайзингових мережах зайнято понад 361 тис. працівників малого бізнесу, що в розрахунку на один мережевий об'єкт у середньому припадає майже 9 осіб. Для порівняння: у Франції цей показник становить 1658, в Туреччині – 1888, в Китаї – 4000 франшиз [3].

Загалом, оборот франчайзингу в Україні за даними експертів ринку, оцінюють приблизно у 1,5 млрд. дол. США, що становить близько 3% товарообігу країни. Якщо врахувати, що в розвинених країнах світу у франчайзингу обертається від 40 до 60% загального товарообігу, то ми можемо зрозуміти, який високий потенціал ми маємо.

Аналізуючи розвиток франчайзерів за 2006-2016 рр. бачимо, що в Україні він стрімко розвивається. Так, у 2006 р. кількість франчайзерів становила лише 70, а вже у середині 2012 р. ця цифра значно зросла і сягла позначки 411 підприємств. Позитивну тенденцію було порушено у 2014 та у 2015 роках, коли нестабільна ситуація на сході України торкнулась усіх сфер економіки, і франчайзингових суб'єктів господарювання зокрема, ставши своєрідною перевіркою концепцій на витривалість та рентабельність [2, 4]. Разом з тим, слід зауважити, що з появою все більшої кількості франчайзерів, зростає на ринку України і число франчайзі. Наприклад, у 2006 р. подібних підприємств налічувалось 400 одиниць, а станом на 2016 рік їх вже 22639 одиниць. Подібні цифри доводять той факт, що франчайзинговий спосіб організації бізнесу стає з року в рік все більш привабливішим в Україні, при чому як для франчайзерів, так і потенційних франчайзі [3].

Що ж стосується галузевого розрізу, то франчайзингові відносини в нашій державі розвиваються у галузі торгівлі (супермаркети, торгівля промисловими та продовольчими товарами), громадського харчування (fast food, ресторани, здорове харчування, суши), надання послуг індивідуальним споживачам (туристичні, спортивні послуги, автосервіс, навчання, послуги хімчисток, салонів краси тощо), та суб'єктам підприємництва (консалтинг) й виробництва [2,3].

Значимо, що лідируючі позиції за масштабами розвитку франчайзингу, займає уже багато років поспіль саме сфера торгівлі, яка охоплює 36% галузей. На другому місці знаходяться підприємства, які надають різноманітні послуги населенню й демонструють найбільший показник збільшення кількості брендів (на 47%). Серед найбільших вітчизняних франчайзерів у сфері послуг доцільно відзначити туристичну франчайзингову мережу компанії «Вояж-Київ» (торговельна марка «Галопом по Європах»), «Софт Сервіс Холдинг» (торговельна марка «Декор Сервіс») та мережі агенцій «Горящие путевки» та «Аккорд» [2]. Трійку лідерів замикає досить популярна серед учасників франчайзингових відносин – сфера харчування. Ця галузь лідирує за кількістю функціонуючих франчайзі, що пояснюється кон'юнктурою та тенденціями вітчизняного ринку громадського харчування швидкого обслуговування [2].

Переважає кількість франчайзингових точок – це ринок ресторанного бізнесу, який займає найбільшу частку – біля 55% від усіх брендів. Загалом на сьогодні в Україні у сфері громадського харчування працює близько 40 франчайзингових мереж. Серед українських компаній безумовним лідером – є львівська компанія «Система швидкого харчування» (FFS), довівши своєю діяльністю, що франчайзинг може бути дієвим та ефективним видом підприємницької діяльності не лише тоді, коли

у ній задіяні міжнародні концерни. Також, за версією журналу Forbes, «Наша ряба» уже третій рік поспіль лідує у рейтингу найдорожчих українських брендів, в системі якої працюють тисячі торговельних точок. Цей факт вказує на те, що українські компанії в майбутньому можуть стати конкурентами іноземним франшизам [2,3].

За останні роки зростає кількість іноземних компаній, які виявляють зацікавленість у співпраці з українськими партнерами на основі франчайзингу. Водночас і вітчизняні підприємці охочіше долучаються до франчайзингових відносин, оцінюючи вище перелічені переваги такої співпраці. На території нашої держави представлені франчайзингові мережі із Польщі, Росії, Нідерландів, Франції, США, Німеччини, Великобританії та інших країн [2, 5].

Найбільші іноземні франчайзери, що працюють на території України, пов'язані з торгівлею нафтопродуктами за системою джоббінгу («ГНК-Україна», «Лукойл-Україна» і «Альянс-Україна»), а також класичними ресторанами і закладами фаст-фуд (Pizza Chelentano, «Картопляна хата», «Максмак», «Два гуся», мережі ресторанів «Козирної карти», «Пан Пицца», «Ростик'с», Baskin-Robbins). Крім того, за франчайзингом працюють представники роздрібної торгівлі: одяг – Sensus, Gregory Arber, VD One, Argo Trading і Sela; взуття – «Монарх» і «Еконика». Також такий механізм використовують хімістки American Clearens International і Un Momento, мережа магазинів фотопослуг Kodak, мережа СТО Bosch Auto Service, фітнес-клуб «Планета Фітнесс», «ІС: Франчайзинг», виробництво косметики і побутової хімії «Ненсо», «JandJ», «Procter and Gamble» та інші [2,3].

Висновки

Однак, незважаючи на всі переваги франчайзингу й перспективність його застосування в економіці України, буде перебільшенням стверджувати, що у нашій державі створені усі умови, необхідні для розвитку франчайзингових відносин. Адже існує низка чинників, що стримує його розвиток, а іноді й унеможливають його повне функціонування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дерев'яно А. Индекс настроїв малого бізнесу – Спільне дослідження ЛІГА: ЗАКОН та ЕВА в рамках проекту Unlimit Ukraine – Київ, 2018 – 18с.
2. Офіційний сайт Франчайзинг в Україні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua>.
3. Петришин Н. Франчайзинг в Україні: стан та перспективи розвитку / Петришин, Н.Я. Жежуха В.Й. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/29950/1/16_87-91.pdf
4. Путеводитель для банкиров [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.prostobankir.com.ua/korporativnyy_biznes/analitika/analiticheskiy_otchet_o_razvitii_rynka_dep_ozitov_yuridicheskikh_lits_v_bankah_ukrainy_za_2017_god.
5. Офіційний сайт Національного рейтингового агентства «Рюрик». Аналітичний огляд ринку небанківських фінансових послуг України за 2013-2017 рр. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rurik.com.ua>.

Нікіфорова Лілія Олександрівна - к.е.н., доцент каф. ЕПВМ, Вінницький національний технічний університет, м. Вінниця.

Nikiforova Liliya Oleksandrivna – Ph.D. (Econ.), Associate Professor, Associate Professor of Business Economics and Production Management, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsa.