

УДК: 339.187.44

**ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ФОРМА ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЇ
ПІДПРИЄМСТВА РЕСТОРАННОГО БІЗНЕСУ: СВІТОВИЙ ДОСВІД**

DOI 10.30838/P.ES.2224.040719.20.545

JEL: L83, O57

**Дригола К. В.,
Вертелецька О. М.,
Якимчук О. Ю.**

Придніпровська державна академія будівництва та архітектури

В статті досліджено та проаналізовано рівень франчайзингової діяльності в Україні та на міжнародному рівні. Відображено, що на сучасному етапі розвитку світових економічних відносин франчайзинг виступає як одна із форм інтернаціоналізації бізнесу. Проаналізовано сутність бізнес-індексу IFA. Розроблено та охарактеризовано динаміку сфер світової франчайзингової діяльності на основі групування франчайзингових підприємств у 10 широких напрямків бізнесу, таких як: автомобілі, ділові послуги, комерційні та житлові послуги, проживання, персональні послуги, ресторани швидкого обслуговування, нерухомість, роздрібна їжа, роздрібні товари та послуги, первісний сервіс. Проаналізовано кількість франчайзингових підприємств, зайнятість у сфері франчайзингу, виробництво франчайзингових підприємств та ВВП франчайзингової сфери за період 2014-2018 рр.. Побудовано діаграми аналізу і розподілу франчайзингової діяльності за типом бізнесу у 2018 р., і розподілу франчайзингової діяльності за кількістю найманих працівників у 2018 р.. Лідерами бізнесу виявлено ресторани швидкого обслуговування - це найбільша категорія, що складає 26% усіх франчайзингових підприємств, і складає 46% франчайзингової зайнятості. Очікується, що цей напрямок бізнесу складе 34% від загальної продукції в 2019 році. Другою за кількістю закладів є лінія персональних послуг, що становить 15% від загальної кількості, однак, це більш дрібні підприємства. Група персональних послуг складає лише 6% франчайзингової зайнятості та 5% продукції. Група ресторанів повних послуг займає другу за величиною частку зайнятості, що становить 13% від загальної кількості. Сегмент ділових послуг, який має більші коефіцієнти виробництва на підприємство та на одного працівника, є другим за величиною показником вартості продукції в секторі франшиз, що становить 14% від загальної кількості. Проаналізовано топ 5 франшиз у ресторанному бізнесі в світі: Subway, Pizza Hut, Auntie Anne's Hand-Rolled Soft Pretzels, KFC, McDonald's. Виокремлено особливості, кількість та вартість франшиз даних закладів. Зроблено висновки стосовно перспектив розвитку франчайзингової діяльності ресторанного бізнесу.

Ключові слова: франчайзинг; франшиза; інтернаціоналізація; ресторанний бізнес; франчайзі; франчайзер

UDC: 339.187.44

**FRANCHISING AS A FORM OF RESTAURANT BUSINESS
INTERNATIONALIZATION: A WORLD EXPERIENCE**

DOI 10.30838/ P.ES.2224.040719.20.545

JEL: L83, O57

**Dryhola K.,
Verteletskaya O.,
Yakimchuk O.***Prydniprovskaya state academy of civil engineering and architecture*

The level of franchising activities in Ukraine and internationally has been investigated and analyzed in this article. It has been reflected that at the present stage of the development of world economic relations, franchising is a form of internationalization of business. The essence of the IFA business index has been analyzed. The dynamics of global franchisees based on the grouping of franchisees in 10 broad lines of business, such as: cars, business services, commercial and residential services, housing, personal services, fast food restaurants, real estate, retail food, retail goods and services, original service have been developed and characterized in this paper. The number of franchisees, level of employment in franchising, production of franchising enterprises and GDP of franchising industry for the period 2014-2018 have been analyzed. Business leaders have identified fast-food restaurants as the largest category, accounting for 26% of all franchise businesses, and accounting for 46% of franchise employment. This line of business is expected to account for 34% of total output in 2019. The second largest number of establishments is the personal services line, which is 15% of the total, however, these are smaller companies. The personal services group accounts for only 6% of franchise employment and 5% of output. The full-service restaurant group occupies the second largest share of employment, accounting for 13% of the total. The business services segment, which has higher production ratios per enterprise and per employee, is the second largest product value in the franchise sector, accounting for 14% of the total. The top 5 franchises in the restaurant business in the world have been analyzed: Subway, Pizza Hut, Auntie Anne's Hand-Rolled Soft Pretzels, KFC, McDonald's. The features, quantity and cost of franchises of these establishments have been distinguished. Conclusions have been made regarding the prospects for the development of the franchising activity of the restaurant business. Further areas of research have been identified regarding the development of franchising activities in Ukraine.

Keywords: franchising; franchise; internationalization; restaurant business; franchisees; franchisor

Актуальність. Практика міжнародного бізнесу на початку ХХІ ст. свідчить, що останнім часом значного поширення набули, поряд з

прямим іноземним інвестуванням, інші форми міжнародної кооперації. Однією з таких форм міжнародної кооперації, яка ґрунтується на використанні договірних відносин, є франчайзинг, що є відносно новою формою міжнародного бізнесу для країн, що розвиваються, країн з транзитивною економікою, в тому числі для України.

Сьогодні підприємці всього світу знають франчайзинг як один з безпечних способів ведення бізнесу, що дає їм змогу діяти самостійно і бути захищеними та конкурентоспроможними в економічному середовищі. Франчайзинг дозволяє компаніям ефективно розширюватися, не здійснюючи великих витрат на створення і підтримку масивного адміністративного комплексу, і не зазнаючи труднощів в управлінні широкою мережею корпоративних підприємств, допомагає компаніям перетворити свою існуючу мережу на ефективно працюючий, сильний бізнес, в якому зайняті віддані справі люди.

Модель франчайзингу є надзвичайно важливою для малого бізнесу, а також містить значний потенціал співробітництва невеликих господарських структур із великими фірмами, транснаціональними корпораціями (ТНК), провідними виробниками – власниками відомих торгових марок та комерційних (фірмових) найменувань.

Франчайзинг дає надходження до бюджету, сприяє використанню інновацій, технологій, залученню іноземних інвестицій в національну економіку, збільшує кількість робочих місць і відповідно зменшує рівень безробіття і врешті-решт робить свій внесок у ВВП. Тому організаційно-економічні проблеми розвитку франчайзингу і визначення його місця в інноваційному розвитку країни є досить актуальними і потребують проведення подальшого дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Економіко-правові проблеми франчайзингових відносин, регулювання франшиз, особливості укладання договору франчайзингу, визначення місця і ролі франчайзингу в розвитку економіки України, аналіз розвитку франчайзингових відносин в Україні, що є предметом даного дослідження, знайшли своє відображення в роботах таких вітчизняних та іноземних фахівців: Г. Андрощука, М. Бедринця, З. Варналія, О. Васильєва, А. Войчака, В. Герасимчука, О. Городова, А. Грищенко, А. Гехта, В. Денисюка, В. Довганя, А. Довгерта, Ж. Дельтея, В. Євдокимова, Д. Землякова, І. Килимника, Г. Кочеткова, О. Корольчука, О. Кузьміна, О. Легейди, М. Мендельсона, Я. Мюррея, А. Павленко, І. Рикова, Р. Руоці, Я. Сидорова, С. Скибінського, С. Сосни,

Д. Стенворта, А. Старостіної, В. Терехова, Н. Терешук, Г. Цират та ін. В останні роки коло дослідників проблем франчайзингу значно розширилося, особливо в контексті інноваційного розвитку економіки. Тут можна назвати роботи таких фахівців, як А. Багдасарян, С. Берлі, В. Колесніков, А. Орлов, М. Розенберг, В. Соловйов, С. Спінеллі, Ф.Філін та ін.

Проте, незважаючи на значний доробок вчених, недостатньо розкритою є проблема становлення франчайзингової діяльності в світі в різних сферах бізнесу і визначення ролі ресторанного бізнесу серед інших форм.

Метою даної статті є дослідження франчайзингу, як форми інтернаціоналізації підприємств і виділення ролі сфери ресторанного бізнесу в розвитку франчайзингової діяльності в світі.

Виклад основних результатів дослідження. Франчайзинг сформувався як самостійний вид комерційного технологічного обміну наприкінці XVIII – на початку XIX століття у США. Але в сучасному розумінні франчайзинг як спосіб пільгового підприємництва, розповсюдження товарів і послуг, розвинувся після другої світової війни. Далі, як показала практика, з кінця 1950–1960-х років франчайзинг стає не тільки перспективною формою ведення крупного бізнесу, але однією з найбільш розповсюджених передових форм малого та середнього бізнесу.

За даними експертів Всесвітньої організації інтелектуальної власності (ВОІВ) у США товарообіг на умовах франчайзингу становить понад третину всієї роздрібною торгівлі. Згідно офіційних повідомлень франшиза використовується вже більш як у 80 країнах світу. Популярність франчайзингу пояснюється перш за все ефективністю і високою стійкістю бізнесу новостворених підприємств. Так, у США після п'яти років діяльності на ринку виживають 23% приватних підприємств, а після десяти років їх залишається лише 18%, тоді як серед підприємств, що працюють за системою франчайзингу, через п'ять років розпадаються лише 8 підприємств зі 100, а через десять років – 10 зі 100.

На сучасному етапі розвитку світових економічних відносин франчайзинг виступає як одна із форм інтернаціоналізації бізнесу. На міжнародному рівні для аналізу франчайзингової діяльності використовують бізнес-індекс IFA / IHS, який є відносним показником, вираженим у коефіцієнтах або відсотках, що характеризує зміну цін у часі (індекс динаміки) або у просторі (територіальний індекс) [11].

Франчайзинговий бізнес-індекс IFA (Міжнародна франчайзингова асоціація) сигналізує про стабільне зростання в секторі франчайзингу, проте зростання рівня франчайзингової діяльності, за даними ADP (Зайнятість у міжнародних франчайзингових компаніях), дещо уповільнилось у 2017 році після найвищих темпів зростання в 2016 році з початку зростання в 2011 році. Сповільнення бізнес-напрямків франчайзингових послуг сприяло дещо повільнішому зростанню загальних показників сектору франчайзингу [3]. Тим не менш, сектор франшизи зростає швидше, ніж загальноекономічний розвиток в період з 2017 р.:

- За даними ADP, кількість франчайзингових установ збільшилася на 1,6% у 2017 році та ще на 1,9% у 2018 році до 759 тисяч.

- Зайнятість у сфері франчайзингу зросла на 3,7% у 2018 році після зростання на 3,1% у 2017 році і продовжить випереджати зростання зайнятості в масштабах усієї економіки. Загальна зайнятість у приватному господарстві збільшилась на 1,8% у 2018 році після зростання на 1,7% у 2017 році.

- Виробництво франчайзингових підприємств у номінальних доларах збільшилось на 6,2% у 2018 році до 757 мільярдів доларів та зросло на 5,6% у 2017 році.

- Валовий внутрішній продукт (ВВП) сектора франшиз збільшився на 6,1% до 451 млрд доларів у 2018 році. Це перевищило зростання ВВП у номінальних доларах, який тримався на рівні 4,7%. Сектор франчайзингу складає приблизно 3% ВВП у номінальних доларах [6].

Основні показники франчайзингу для бізнесу за період 2014-2018 рр. наведено у таблиці 1.

Аналіз світової франчайзингової діяльності пропонується здійснити на основі групування франчайзингових підприємств у 10 широких напрямків бізнесу: автомобілі, ділові послуги, комерційні та житлові послуги, проживання, персональні послуги, ресторани швидкого обслуговування, нерухомість, роздрібна їжа, роздрібні товари та послуги, первісний сервіс. Перспективи зростання різняться між групами, причому зростання виробництва в 2018 році коливається від низького рівня 3,6% у сфері «роздрібна їжа» до 7,3% у сфері «ресторани швидкого обслуговування» [8].

Основні економічні показники діяльності франчайзингового бізнесу згруповані в табл. 2.

Таблиця 1 – Франчайзинг для бізнесу: економічні показники

Прогноз		2014	2015	2016	2017	2018
Заклади		708,974	720,458	733,297	745,290	759,236
	Зміна відсотків		1.6%	1.8%	1.6%	1.9%
Зайнятість		7,164	7,379	7,645	7,881	8,172
	Зміна відсотків		3.0%	3.6%	3.1%	3.7%
Дохід (млрд. дол. США)		602.7	637.5	675.7	713.2	757.2
	Зміна відсотків		5.8%	6.0%	5.6%	6.2%
ВВП		363.2	382.9	405.0	425.5	451.4
	Зміна відсотків		5.4%	5.8%	5.1%	6.1%

Джерело: складено авторами за [8, 12]

Таблиця 2 – Франчайзинг за видами економічної діяльності: економічні показники

	Заклади		Зайнятість (тисячі)		Вихідні дані (\$ Млрд)	
	Сума	Відсоток зміни за попередній рік	Сума	Відсоток зміни за попередній рік	Сума	Відсоток зміни за попередній рік
Автомобілі	38,065	1.1%	200	2.1%	43.5	4.1%
Ділові послуги	108,037	1.7%	654	2.8%	102.7	5.6%
Комерційні та житлові послуги	66,966	1.7%	252	2.2%	45.3	4.2%
Проживання	28,475	1.7%	635	2.5%	75.4	6.2%
Персональні послуги	113,536	3.0%	517	5.0%	37.8	7.0%
Ресторани швидкого обслуговування	194,723	2.1%	3,777	4.5%	255.5	7.3%
Нерухомість	63,596	1.5%	254	1.9%	53.1	5.4%
Роздрібна їжа	53,000	0.8%	473	1.8%	39.0	3.6%
Роздрібні товари та послуги	60,862	1.3%	350	2.5%	32.3	5.5%
Повний сервіс	31,976	1.8%	1,060	3.8%	72.7	7.2%
ВСЬОГО:	759,236	1.9%	8,172	3.7%	757.2	6.2%

Джерело: складено авторами за [5, 8]

• Франчайзинг персональних послуг зазнав сильного зростання за період 2017-2018 рр., і тепер прогнозується, що він посіде перше місце за зростанням кількості закладів та зайнятстю у 2019 році.

• Після значного зростання обсягів виробництва в 2016 році бізнес-напрямки франчайзингових ресторанів у 2017 році уповільнили темпи

приросту [9]. Лінія франшиз «ресторани швидкого обслуговування» посідає 2 місце по зайнятості та перше за рівнем зростання обсягів виробництва в 2018 році, а бізнес-напрямки «повний сервіс» посідають 3-є та 2-є місце за рівнем зайнятості та зростанням виробництва [10].

• Лінія франчайзингу нерухомості зросла на 2,3% у 2017 році і очікується зростання на 1,9% у 2019 році.

Франчайзингова діяльність ресторанів швидкого обслуговування - це найбільша категорія, що складає 26% усіх франчайзингових підприємств, і складає 46% франчайзингової зайнятості. Очікується, що цей напрямок бізнесу складе 34% від загальної продукції в 2019 році [2].

Другою за розміром за кількістю закладів є лінія персональних послуг, що становить 15% від загальної кількості. Однак, це, як правило, більш дрібні підприємства. Група персональних послуг складає лише 6% франчайзингової зайнятості та 5% продукції [4].

Група ресторанів настільних / повних послуг займає другу за величиною частку зайнятості, що становить 13% від загальної кількості [1]. Сегмент ділових послуг, який має більші коефіцієнти виробництва на підприємство та на одного працівника, є другим за величиною показником вартості продукції в секторі франшиз, що становить 14% від загальної кількості.

За даними рис. 1 ми бачимо, що лідерами бізнесу є сфера ресторанів швидкого обслуговування, повний сервіс та проживання, а відстають за всіма показниками: автомобілі, нерухомість та комерційні послуги [7].

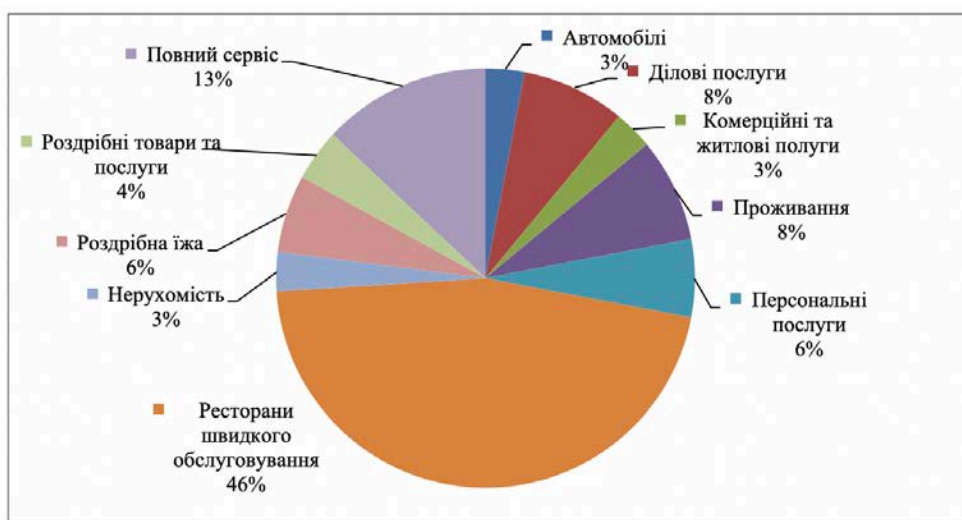


Рис. 1 Розподіл франчайзингової діяльності за типом бізнесу у 2018 р.

Джерело: складено авторами за [13]

Отже, сфера ресторанів швидкого обслуговування посідає перше місце в світі за обсягами економічної діяльності та кількістю найманих працівників в сфері франчайзингу. Тому необхідним завданням постає аналіз найбільших та найприбутковіших франшиз ресторанного бізнесу в світі. Дані отриманого аналізу згруповані в табл. 3.

Таблиця 3 – Топ 5 Франшиз у ресторанному бізнесі в світі

Назва	Кіл-ть франшиз	Вартість франшизи	Особливість
1.Subway	42,227	\$116,600-\$263,200	Незважаючи на нещодавні суперечки щодо бренду, мережа залишається однією з провідних світових мереж. В останні роки компанія почала розробляти меню, яке відповідає критеріям здорового харчування, що також допомагає залучати нових клієнтів.
2.Pizza Hut	12,956	\$297,000-\$2.1 mln	Індустрія піци є дуже прибутковою в усьому світі і Pizza Hut має найвищий ступінь довіри серед інвесторів з ряду закладів, основою меню яких виступає піцца. Дана мережа має сильну структуру підтримки франшиз, що допомагає її власникам успішно керувати своїми ресторанами.
3.Auntie Anne's Hand-Rolled Soft Pretzels	1,598	\$194,900-\$367,600	Дана компанія мала ряд франшиз з відомими світовими брендами, такими як як Шакіль О'Ніл. Їх міжнародна франчайзингова система унікальна тим, що виробляє унікальні продукти зберігаючи при цьому великі масштаби виробництва.
4.KFC	13,846	\$1.3mln-\$2.5 mln	Як і McDonald's, KFC - всесвітньо відома компанія. Мережа розширила своє меню та зробила основою страви з курки. Також компанія проводить активну політику просування і привертає увагу медіа, що в свою чергу привертає інвесторів та сприяє розширенню бренду в світі.
5.McDonald's	29,544	\$1 mln-\$2.3 mln	McDonald's - одна з найпопулярніших мереж швидкого харчування в світі. Широке навчання та підтримка від компанії приносить багатьом франчайзі досвід та чітку схему ведення бізнесу, що має високий рівень прибутковості та швидкий термін окупності.

Джерело: складено авторами за [5]

В Україні із цієї таблиці та п'ятірки лідерів представлені мережі KFC та McDonald's, які конкурують між собою у сфері швидкого харчування і є дуже привабливими для інвесторів.

Висновки. Отже, за даними аналізу розподілу франчайзингової діяльності за типом бізнесу та розподілу франчайзингової діяльності за кількістю найманих працівників виявлено, що сфера ресторанів швидкого обслуговування посідає перше місце в світі за обсягами економічної діяльності та кількістю найманих працівників в сфері франчайзингу, в той час, коли: автомобілі, нерухомість та комерційні послуги - відстають від усіх показників.

Проведене дослідження свідчить про те, що франчайзингова діяльність ресторанів швидкого обслуговування - це найбільша категорія, що складає 26% усіх франчайзингових підприємств, і складає 46% франчайзингової зайнятості. Очікується, що цей напрямок бізнесу складе 34% від загальної продукції на кінець 2019 року.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Довгань В.В. Господарський кодекс України / Довгань В.В. // Офіційний вісник України. – 2003 – № 11 – С.462.
2. Козик В.В. Міжнародні економічні відносини / Козик В.В // Навчальний посібник. – 2002. – №2 – С. 406.
3. Коленченко Л.П. Тенденції та перспективи розвитку франчайзингу в Україні/ Коленченко Л.П. // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2008 – № 3 – С. 98 – 101.
4. Легенда Е.Г. Франчайзинг / Легенда Е.Г. // Бізнес інформатор – 2004. – №4 – С. 28-33.
5. Лопушанський Т.В. Правовий та економічний аспект розвитку франчайзингу в країнах ЄС та Україні / Лопушанський Т.В // Зовнішня торгівля: Право та Економіка. – 2007 – №4 - С.56-61.
6. Минков А.В. Международная охрана интеллектуальной собственности / Минков А.В. // Интеллектуальная собственность – 2001 – №2 – С.49.
7. Цірат Г. В. Франчайзинг: розвиток у світі та в Україні / Цірат Г. В. // Міжнародні відносини. - 2002. - № 13. - С. 65-70.
8. Новицький В.Е. Міжнародна економічна діяльність України / Новицький В.Е. // Міжнародна економіка – 2003. – №5 – С.948.
9. Суховатий О.В. Особливості реалізації франчайзингу в Україні // Проблеми науки. – 2007. - № 2. – С. 62-64.
10. Терещенко М.Т. Франчайзинг як партнерський бізнес / Терещенко М.Т. // Економіка. Фінанси. Право. – 2003. - № 10. – С.6.
11. Цірат А.В. Франчайзинг і франчайзинговий договір / Цірат А.В. // Навчально - практичний посібник. – 2002 – №7 – С.240.
12. Широбокова Н.М. Договір франчайзингу / Широбокова Н.М. // Держава та регіони. – 2006. – № 6. – С. 448-451.
13. Вдовічена О.Г. Роль франчайзингу у формуванні вітчизняного бізнес-середовища / Вдовічена О.Г. // Маркетинг і реклама. – 2014. – №9 – С.169-177.

REFERENCES:

1. Dovhan, V.V. (2003). Hospodarskyi kodeks Ukrainy [Economic Code of Ukraine]. Ofitsiyny visnyk Ukrainy - Official Bulletin of Ukraine, 11, 462 [in Ukrainian].
2. Kozik V.V. (2002). Mszhnarodni ekonomichni vidnosini [International Economic Relations]. Navchalny posibnyk – Tutorial, 2, 406 [in Ukrainian].
3. Kolenchenko L.P. (2008). Tendentsii ta perspektivy rozvitku franchaizynhu v Ukrainy [Trends and prospects for franchising in Ukraine]. Visnyk Berdianskoho universytetu menedzhmentu i biznesu - Bulletin of Berdyansk University of Management and Business, 3, 98 – 101 [in Ukrainian].
4. Lehenda E.H. (2004). Franchaizynh [Franchising]. Biznes informator - Business informant, 4, 28 – 33 [in Ukrainian].
5. Lopushanskyi T.V. (2007). Pravovy i ta ekonomichni aspekt rozvytku franchaizynhu v krainakh YE S ta Ukrainy [Legal and economic aspect of franchising development in EU countries and Ukraine]. Zovnishnia torhivlia: Pravo ta Ekonomika - Foreign Trade: Law and Economics, 4, 56 – 61 [in Ukrainian].
6. Minkov A.V. (2001). Mezhdunarodnaia okhrana intelektualnoi sobstvennosti [International protection of intellectual property]. Intelektualnaia sobstvennost - Intellectual property, 2, 49 [in Russian].
7. Tsirat H.V. (2002). Franchaizynh: rozvytok u svi i ta v Ukraini [Franchising: development in the world and in Ukraine]. Miznarodni vidnosyny - International relations, 13, 65 – 70 [in Ukrainian].
8. Novytskyi V.E. (2003). Miznarodna ekonomichna diialnist Ukrainy [International economic activity of Ukraine]. Miznarodna ekonomika - International Economics, 5, 948 [in Ukrainian].
9. Sukhovatyi O.V. (2007). Osoblyvosti realizatsii franchaizynhu v Ukraini [Features of franchising in Ukraine]. Problemy nauky - Problems of science, 2, 62 – 64 [In Ukrainian].
10. Tereshchenko M.T. (2003). Franchaizynh yak partnerskyi biznes [Franchising as a partner business]. Ekonomika. Finansy. Pravo. - Economy. Finances. Law., 10, 6 [In Ukrainian].
11. Tsirat A.V. (2002). Franchaizynh i franchaizynhovy dohovir [Franchising and franchising agreement]. Navchalno-praktychnyi posibnyk-Educational- practical manual, 7, 240 [in Ukrainian].
12. Shyrobokova N.V. (2006). Dohovir franchaizynhu [Franchise agreement]. Derzhava ta rehiony - State and regions. 6, 448 – 451 [in Ukrainian].
13. Vdovichena O.H. (2014). Rol franchaizynhu u formuvanni vitchyznianoho biznes-seredovyscha [The role of franchising in the formation of the domestic business environment]. Marketynh i reklama - Marketing and advertising, 9, 169-177 [in Ukrainian].