

ВПЛИВ ФРАНЧАЙЗИНГУ НА РОЗВИТОК ЄВРОПЕЙСЬКОГО БІЗНЕСУ

В сучасних умовах роль франчайзингового бізнесу в Європі зростає з кожним роком. За умов Єдиного європейського ринку країни-члени ЄС отримали значні переваги, і сприятливі умови для активізації міжнародного виробництва та діяльності великих і малих компаній. Також у країнах Європи франчайзинговий ринок демонструє стабільне зростання. Загалом, франчайзингова модель розвитку бізнесу успішно використовується у 80-ти країнах світу, в яких франчайзингові компанії створюють близько 15 % ВВП. За прогнозними даними експертів в галузі франчайзингу незабаром близько половини роздрібних продажів буде здійснюватися в рамках франчайзингової системи.

За даними Міжнародної федерації франчайзингу, в 2017 році європейські франчайзери займали 36% світового ринку [2]. В Європі діє більше 4500 франчайзингових систем і близько 180 тисяч франчайзі із загальним обсягом продажів в розмірі 150 млрд. дол. США. Однак, обсяг продажів в США становить близько 1 трлн. дол. США на рік, що говорить про вищу ступінь розвитку франчайзингового бізнесу [1].

В країнах Європи найпоширенішою сферою франчайзингової діяльності є сфера послуг, особливо мережа франшиз готельного та ресторанного бізнесу. В Німеччині, Італії та Франції франчайзинг послуг в складає 40-45% від загального числа франшиз [8, с.58].

Сьогодні в Європі 145 623 точок, що включають в себе ресторани і фаст-фуди, що на 43% більше продовольчого ритейл (82 686 точки). Разом на громадське харчування і ритейл, згідно з TOP-500, припадає майже половина європейських франчайзингових точок [4].

На європейському ринку франчайзингових послуг лідерами за кількістю франчайзерів є Франція, Німеччина, Іспанія, Італія і Великобританія [2].

У Німеччині сьогодні зареєстровано близько 1 300 франшиз, з них 90% є німецькими і 10% припадає на іноземні. Свої послуги пропонують давно існуючі фірми, а також досить нові, але дуже перспективні. 80% ринку Німеччини зайнято франчайзинговими мережами: 1075 франчайзингових мереж та 55 700 франчайзі. 40% всього ринку франчайзингу Німеччини займають послуги, 28% - ресторани і готелі та 8% - торгівля [7].

Великобританія, займає третє місце в Європі (після Франції і Німеччини) по кількості франчайзингових мереж. У ній налічується близько 901 франчайзерів з річним обсягом продажів 21,7 млрд. дол. США, і більше 340 000 зайнятих фахівців в секторі [5].

В Іспанії щорічно темпи зростання франчайзингу складають 17-40%. На думку іспанців, франчайзинг допомагає пришвидшити глобалізацію економіки, сприяє масштабному впровадженню інновацій, стандартизації товарів та послуг [2]. Більшість франшиз, представлених на території Іспанії, належать вітчизняним мережам (70%), 13% ринку займають американці, 10% – французи, 4% італійці та 2% – британці. Найбільш поширеною сферою ведення франчайзингового бізнесу є роздрібна торгівля. Тут працюють 26% усіх франшиз. Іншими пріоритетними галузями є продаж одягу, фаст-фуд та готельний бізнес. Серед найбільших франчайзингових компаній Іспанії, які

поширені далеко за межами країни, можна виділити мережу супермаркетів АСВ, відому марку білизни Women'secret, мережу магазинів ювелірних виробів Majorica, магазини одягу Zara [2].

За даними американського журналу Entrepreneur рейтинг 2017 року очолила компанія 7-Eleven Inc, на другому місці - McDonald's, і на третьому - Dunkin' Donuts. Далі йдуть такі відомі бренди як: The UPS Store; Jimmy John's Gourmet Sandwiches; Dairy Queen; Ace Hardware Corp.; Wingstop Restaurants Inc.; Sport Clips та RE / MAX LLC [5].

У ТОП-500 від Entrepreneur увійшла велика кількість франшиз, які працюють в сфері громадського харчування та зайняли п'ять перших позицій. Далі йде - сфера послуг, в основному це допомога по догляду за пенсіонерами та тваринами. Інші популярні напрямки: невеликі готелі; послуги клінінгу; освіта дітей; послуги «чоловік на годину» і ін.

Варто зазначити, що європейський франчайзинговий ринок дещо нагадує американський: франшизи громадського харчування очолюють список та це ще й американські франшизи, [5], (табл. 1):

Таблиця 1

Топ франчайзинг-пропозицій Європи в 2017 році

№	Назва франшизи	Сфера діяльності	Початкові інвестиції, дол. США
1	7-Eleven	Універсальний магазин біля будинку	37 200 – 1 635 200
2	McDonald's	Ресторани швидкого харчування	1 003 000 – 2 228 000
3	Dunkin' Donuts	Фаст-фуд, пончики	228 621 – 1 692 314
4	The UPS Store	Поштові та бізнес-послуги	159 224 – 434 521
5	Jimmy John's Gourmet Sandwiches	Фаст-фуд	325 500 - 555 000
6	Dairy Queen	Морозиво, фаст-фуд	361 450 - 1 835 825
7	Ace Hardware Corp.	Ритейл	272 500 – 1 561 500
8	Wingstop Restaurants Inc.	Фаст-фуд, блюда із куриці	303 176 – 922 930
9	Sport Clips	Чоловічі перукарні	189 300 – 354 500
10	RE/MAX LLC	Нерухомість	7 500 – 224 000

Примітка. Складено за даними журналу Entrepreneur.

У європейському рейтингу простежуються закономірності, багато в чому аналогічні світовому рейтингу TOP 100. Перш за все, 70% TOP 10, 35% TOP 100 та 11% TOP 500 мережевих брендів складають американські франшизи. За кількістю франчайзингових точок у Європі перше місце займає США, в 4,9 разів випереджаючи Францію, лідера за кількістю франчайзингових програм [5,6]. Показник США за даним параметром (325 868 точки) перевищує сумарну кількість франчайзингових точок усіх інших країн (289 273 точок), [5].

За останні роки сформувалося тенденції, притаманні європейському франчайзингу:

- збільшення франчайзингових підрозділів усередині мережі, тобто дедалі більша кількість франчайзі намагається відкрити якнайбільше точок свого франчайзера;
- посилюється інтернаціоналізація європейського франчайзингу, цьому сприяє не лише вихід певної франчайзингової мережі за межі країни походження, а й набуття країною членства в Європейському Союзі;
- збільшення інтенсивності використання новітніх технологій;
- створення франчайзингових асоціацій у кожній країні Європи.

Саме асоціації франчайзингу виступають інституційними чинниками, які забезпечують існування та діяльність багатьох франчайзингових мереж. Як окремі

організації асоціації франчайзингу створені й успішно функціонують в Австрії, Чеській Республіці, Бельгії, Данії, Фінляндії, Франції, Німеччині, Греції, Італії, Швеції, Швейцарії, Нідерландах, Великій Британії та Польщі.

У Португалії інституційним забезпеченням франчайзингу займаються аж дві організації: Associação Portuguesa de Franchising та Associação Nacional de Franchising, а у Норвегії окремої інституції немає, але її функції виконує національна Торгово-сервісна бізнес-асоціація (National Trade and Service Business Association).

На рівні інституцій в ЄС франчайзинг представлений Європейською Федерацією Франчайзингу, яка була створена у 1972 році. Її членами є національні асоціації франчайзингу країн – членів ЄС та інші особи, які мають відношення до франчайзингу. Членами ЄФФ у 1990 році було прийнято Європейський Кодекс Етики Франчайзингу, на основі якого відбувається регулювання франчайзингових відносин в кожній окремій європейській країні.

Найбільш привабливими для розвитку франчайзингу є країни Центральної та Південно-Східної Європи, серед них Польща, Чеська Республіка та Угорщина. Варто відмітити, що серед країн Центральної та Східної Європи лідером за кількістю франчайзингових брендів є саме Польща. Після вступу Польщі до ЄС її можливості щодо розвитку власних підприємств за допомогою франчайзингу значно розширилися.

Польський ринок франчайзингу в період 2005-2017рр. демонстрував постійну позитивну динаміку зростання. Незважаючи на світову економічну кризу 2008-2009рр., яка завдала негативних наслідків практично у всіх сферах ведення бізнесу, на франчайзинг в Польщі вона не мала жодного впливу. Найширший вибір перевірених бізнес-ідей розташовувався в ціновому діапазоні від 21 до 50 тис. злотих, що ще раз підтверджує беззаперечні переваги франчайзингової стратегії бізнесу [8], (рис. 1.):

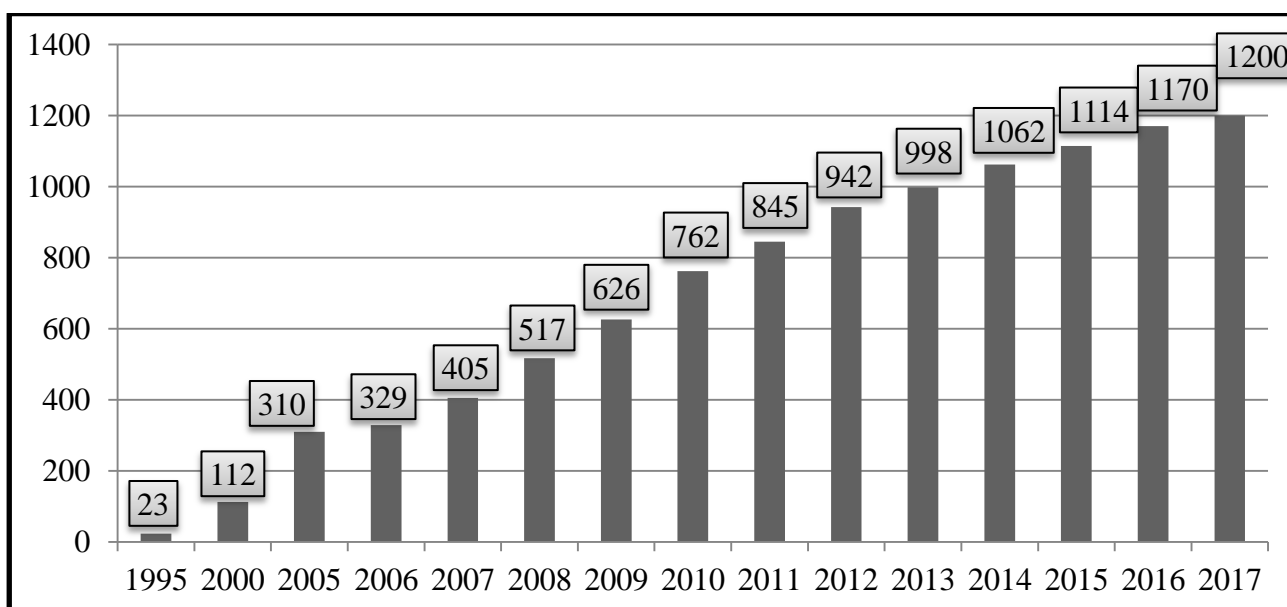


Рис. 1. Динаміка франчайзингових мереж в Польщі в 1995-2016рр., (одиниць).

Примітка. Побудовано автором за даними Polish Franchise Organization.

У 2017 році понад 1200 марок працювали на польському ринку франшизи. Більшість нових систем виникають в процесі експлуатації продуктів харчування, бакалії і моди. Важливість франшизи найкраще ілюструється в галузі роздрібною торгівлі, де, незважаючи на

загальне зниження кількості магазинів, їх число франчайзингових точок постійно зростає. Тут також працює найбільша мережа «АВС», що належить до Eurocach (7 090 магазинів), [8].

Поширенню франчайзингу в Польщі, Болгарії, Румунії, Угорщині та Чеській Республіці сприяє лібералізація їх економік після вступу в ЄС та інтеграція в організовану комерційну систему європейського ринку. Ці країни є дуже привабливими для іноземних інвесторів через висококваліфіковану робочу силу, суттєве зростання ринкового попиту та прийнятних цін на рекламу і нерухомість [2].

На ринках країн Центральної та Південно-Східної Європи існує велика конкуренція між американськими та західноєвропейськими мережами: перші володіють широко відомими марками та хорошою репутацією, а другі добре ознайомлені з ринком і споживчим попитом. Однак ринок франчайзингу в деяких країнах ще досить обмежений, передусім через недостачу внутрішнього капіталу та відсутність адекватної законодавчої бази. І хоча деякі країни мають досконале державне регулювання франчайзингової діяльності, все ж більшість країн Європи його не мають або воно тривалий час перебуває на стадії розробки.

Таким чином, аналіз розвитку франчайзингу в Європі засвідчив, що регулювання на рівні інститутів ЄС позитивно впливає на розвиток франчайзингових відносин. Країни, в яких франчайзинг регулюється і на державному рівні й правом ЄС, демонструють значне зростання динаміки кількості франчайзингових мереж. Отже, що більше врегульовано франчайзинг як вид економічної діяльності, то стрімкіше він розвивається.

У ряді зарубіжних країн існує спеціальне законодавство по франчайзингу, кожне з яких відрізняється певними специфічними моментами. В даний час назріла необхідність уніфікованого міжнародно-правового регулювання відносин з міжнародного франчайзингу. Наприклад, прийняття конвенції про договори міжнародного франчайзингу, яка містила б звід правових норм, що регулюють укладення відповідних договорів, зобов'язання франчайзера і франчайзі, засоби правового захисту при порушенні договору і інші аспекти договірних відносин.

Список джерел:

1. *Офіційний сайт American Association of Franchisees & Dealers [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.aafd.org/>.*
2. *Офіційний сайт European Franchise Federation [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eff-franchise.com>.*
3. *Офіційний сайт американського журналу Entrepreneur [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.entrepreneur.com>.*
4. *Офіційний сайт проекту Top500 Franchising [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchexpo.ru>.*
5. *Офіційний сайт The British Franchise Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.thebfa.org/>.*
6. *Офіційний сайт French Franchise Federation [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchise-fff.com/>.*
7. *Офіційний сайт German Franchise Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchise-net.de/>.*
8. *Офіційний сайт Polish Franchise Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://franchise.org.pl/>.*
9. *Побоченко Л.М. Розвиток франчайзингового бізнесу в країнах Європи// Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). – 2016.– №1. – С. 57-64.*