

**УДК 339.9**

**МІЖНАРОДНИЙ ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ФОРМА ОСВОЄННЯ  
СВІТОВИХ РИНКІВ: ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТА ВПЛИВ НА  
СВІТОВИЙ ВАЛОВИЙ ПРОДУКТ**

**Безрукова Н.В.**, кандидат економічних наук, доцент кафедри  
міжнародної економіки та маркетингу,  
Полтавський національний технічний університет ім. Ю.Кондратюка  
**Семенець В.В.**, студентка  
напряму підготовки «міжнародна економіка»,  
Полтавський національний технічний університет ім. Ю.Кондратюка

**Анотація**

В сучасних умовах розвитку світової економіки відбуваються постійні зміни організації виробничої діяльності. Це, насамперед, пов'язано з розширенням знань, наростаючим потоком інформації та переливом капіталу від фірми до фірми, від держави до держави. В умовах складного, багатоміжклатурного виробництва внутрішні ринки навіть великих розвинутих держав із потужним промисловим потенціалом уже недостатні, і розширення простору господарської діяльності стає базою успішного розвитку компаній.

Франчайзинг є тим засобом проникнення на світові ринки, який потребує невеликих інвестицій та дозволяє розширити збут продукції. Цей вид міжнародного бізнесу активно розвивається на ринках розвинутих країн. Отже, дослідження особливостей міжнародної франчайзингової діяльності в різних країнах світу з метою його адаптації та використання вітчизняними підприємствами в процесі інтернаціоналізації є досить актуальним.

Метою статті є аналіз розвитку міжнародного франчайзингу в різних країнах світу та оцінка його впливу на світовий валовий продукт.

В статті авторами досліджено історичні аспекти виникнення франчайзингу як форми міжнародного бізнесу. Проаналізовано сучасний стан розвитку франчайзингових мереж в різних країнах світу. Наголошено, що франчайзинг є тим засобом освоєння світових ринків, який при мінімальних витратах надає можливість вийти на зовнішній ринок та розширити збут продукції. Окрема увага в статті приділена оцінці впливу кількості франшиз у світі на світовий валовий продукт.

На основі проведеного дослідження зроблені висновки, що франчайзинг є формою міжнародного бізнесу, що постійно розвивається. Вона може використовуватися вітчизняними підприємствами, які прагнуть вийти на закордонні ринки. Розвиток міжнародного франчайзингу сприяє економічному зростанню країни в цілому.

#### **Annotation**

In the current conditions of the global economy there are constant variable of industrial activity. These are primarily connected with expansion of knowledge, increasing flow of information and the flow of capital from company to company, from state to state. In the conditions of diversified production developed countries with strong industrial potential need to expand the spaciousness for economic activity

Franchising is the way of penetration in the global markets, which requires the lowest investment and allow increase output. This kind of international business is actively developing the markets of developed countries. Thus, research of features of the international franchising activity in different countries with the aim of its adaptation and use of domestic enterprises in the internationalization process is rather actual.

The aim of the article is an analysis of international franchising in over the world and assessment of its impact on global GDP.

In the article the authors investigated the origin of the historical aspects of franchising as a form of international business. The current state of development

of franchise networks in different countries is analyzed. Emphasized, that franchising is the way of penetration in the global markets, which with at the lowest cost provides the opportunity to enter the foreign market and increase output. Special attention in article is given to the assessing the impact of quantity of franchises in the world to global GDP.

On the basis of the research concluded that franchising is a form of international business that is constantly evolving. This form can be used by domestic companies that are seeking to enter into international markets. Development of international franchising promotes economic growth of the country.

**Ключові слова:** міжнародний франчайзинг, міжнародний бізнес, світовий ринок, світовий валовий продукт, франшиза, франчайзер, франчайзі.

**Key words:** international franchising, international business, global market, global gross product, franchise, franchisor, franchisee.

**Актуальність проблеми.** Сьогодні у провідних країнах світу франчайзинг – невід’ємний атрибут економіки, адже більшість продажів здійснюється через франчайзингові мережі. Міжнародний франчайзинг сьогодні динамічно розвивається. Міжнародна франшиза – більш простий спосіб проникнення підприємств на світові ринки, оскільки потребує значно менше інвестицій для відкриття бізнесу. Вихід підприємств на світові ринки через франчайзингові мережі дозволяє розширити збут продукції, максимізувати прибуток та збільшити зайнятість населення (особливо якщо діяльність франчайзі розташована в країнах, що розвиваються). Тому аналіз франчайзингової діяльності в різних країнах та галузях світової економіки є досить актуальним.

**Аналіз останніх наукових досліджень.** 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 вчених на особливу увагу заслуговують роботи Ж. Дельтея, Ф. Котлера, М. Мендельсона, А. Панфілової та інших.

Але франчайзинг є тією формою міжнародного бізнесу, що постійно розвивається. Тому доцільним є аналіз змін, які відбуваються у розвитку франчайзингових мереж в різних країнах світу. Також час поза увагою авторів залишилися питання впливу франчайзингу на світовий валовий продукт.

**Метою статті** є аналіз розвитку міжнародного франчайзингу в різних країнах світу та оцінка його впливу на світовий валовий продукт.

До основних завдань статті слід віднести: дослідити значення міжнародної франчайзингової діяльності як форми виходу підприємств на зовнішній ринок; проаналізувати особливості розвитку франчайзингу в деяких країнах світу; довести, що зростання кількості діючих франшиз веде до збільшення світового валового продукту.

**Викладення основного матеріалу.** Сьогодні франчайзинг – це форма організації та ведення бізнесу, що динамічно розвивається. Він дозволяє компанії-власнику розширити збут своїх товарів і послуг шляхом відкриття нових підприємств, не вкладаючи в це кошти.

Багато науковців вважають, що засновником франчайзингу був Ісак Зінгер, який створив швейну машину Singer. Проте, насправді концепція такої бізнес-моделі виникла набагато раніше. Вперше визначення було наведено в Оксфордському словнику англійської мови, де вказано: «franchising – це права і свободи єпископатів, що надавалися королівською короною у 1559 році, а franchise – ярмарки, ринки та інші місця, призначені для торгівлі» [2].

За визначенням Європейської франчайзингової федерації: франчайзинг – це система збуту товарів і/або послуг, і/або технологій,

заснована на щільному триваючому співробітництві юридично і фінансово незалежних підприємців, франчайзера та індивідуального франчайзі, в якій перший надає другому право з обов'язком вести підприємницьку діяльність відповідно до концепції франчайзера [8].

Однак, за визначенням Міжнародної асоціації франчайзингу: «Франчайзинг – це договірні відносини між франшизодавцем і франшизоодержувачем, де франшизодавець пропонує або зобов'язується виявити постійний інтерес до діяльності франшизоодержувача в таких сферах, як ноу-хау та навчання персоналу, тоді як франшизоодержувач здійснює власну діяльність під спільним фірмовим найменуванням, форматом і/чи процесом, яким володіє франшизодавець, та вклав або вкладає значні інвестиції у це підприємство із власних ресурсів» [10].

Статистика свідчить, що з усіх новостворених у світі підприємств 85 % завершують свою діяльність упродовж перших п'яти років. А тих, хто працює по франчайзинговій схемі – 14%, інакше кажучи одна з восьми [4].

Нині міжнародний франчайзинг діє більш ніж у 140 країнах світу. Найбільшої популярності франчайзинг досяг у США, Франції, Німеччині, Великобританії та Польщі. Свідченням того є кількість брендів, які розвивають свої мережі через франчайзинг.

Франчайзинг у США охоплює більш ніж 80 галузей національної економіки, маючи 2450 франчайзерів і понад 781794 франчайзі (рис. 1). Річний обсяг роздрібного продажу у сфері франчайзингу в США досягає більш ніж 40% загального обсягу продаж та оцінюється американськими експертами в 1,5 трлн. дол.

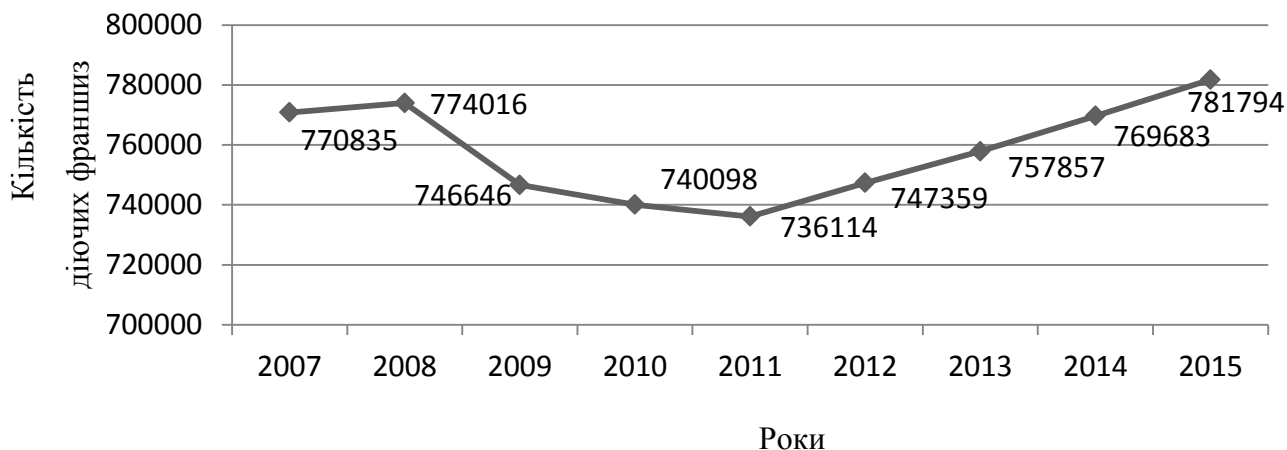


Рис. 1. Кількість діючих франшиз США [7]

Франчайзингова діяльність активно розвивається. За даними Міжнародної асоціації франчайзингу, кількість діючих франшиз у США зростає і станом на 2015 рік збільшилась на 1,5 % в порівнянні з 2014 роком, та перевищила кризові 2008 – 2009 роки і становила понад 781794 франшиз, це, в свою чергу, свідчить про зростання об’ємів продажу та збільшення ВВП франчайзингового сектору країни (рис. 2).

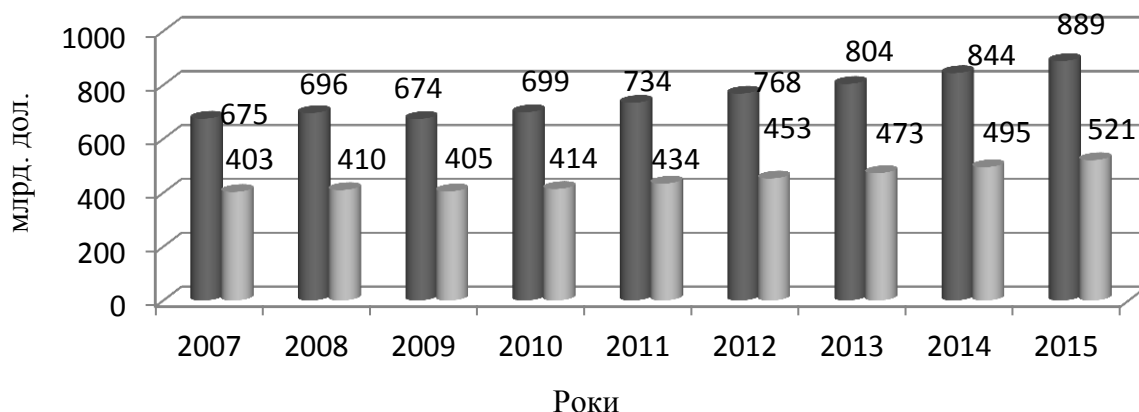


Рис. 2. Динаміка об’ємів продажу та ВВП від франчайзингового сектору США [7]

Згідно досліджень Міжнародної асоціації франчайзингу (рис. 2) бачимо, що з кожним роком збільшується об’єми продажів та ВВП у

франчайзинговому секторі, це призводить до збільшення рівня зайнятості та зменшення безробіття в країні.

До найдорожчих франшиз США належать: “Hampton Hotels” (готелі), “Anytime Fitness” (фітнес салони), “Subway” (фаст-фуд), “Jack in the Box” (фаст-фуд), “Supercuts” (перукарські послуги), “Jimmy John’s Gourmet Sandwiches” (фаст-фуд), “Servpro” (клінінг), “Denny’s Inc.” (фаст-фуд), “Pizza Hut Inc.” (фаст-фуд), “7-Eleven Inc.” (продукти) [5].

Особливого розвитку набула франчайзингова система створення ресторанів швидкого харчування (20 %), побутових послуг (14 %) та нерухомості (12 %). Одним з найбільш наочних і переконливих прикладів розвитку і становлення франчайзингової системи є діяльність всесвітньо відомої фірми “McDonald’s Corporation”, яка в даний час може розглядатися як безперечний 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.

Американське міністерство торгівлі запевняє, що з усіх можливих способів виходу на закордонні ринки найбільш популярний, найдешевший та найшвидший метод – техніка «франшизи». Міжнародний франчайзинг вважають в США засобом швидкого отримання іноземної валюти з відносно маленькими фінансовими інвестиціями.

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 180000 франчайзі, їх річний оборот перевищує 150 млрд. дол. США [4]. Лідерами

франчайзингового бізнесу в Європі є Великобританія, Німеччина та Франція.

Франчайзингова діяльність Великобританії активно розвивається, загальна кількість людей у 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 міжнародній франшизі британська економіка зросла на 46% за останні десять років, та на 10 % з 2013 року [6].

Франчайзинг у Німеччині зростає швидшими темпами ніж економіка в цілому протягом багатьох років, і сьогодні він «завоював» майже 10% ринку Німеччини. У 2014 році товарообіг у сфері франчайзингу становив 25,4 млрд. євро, працювало близько 1258 франчайзерів, які мали майже 72700 незалежних франчайзі, що у 2014 році створили понад 0,5 млн. робочих місць [1].

У Німеччині швидке поширення франчайзингу спостерігається у сфері швидкого харчування, надання послуг, індустрії розваг, освіти, туризму, готельного бізнесу, та роздрібною торгівлі (рис. 3).

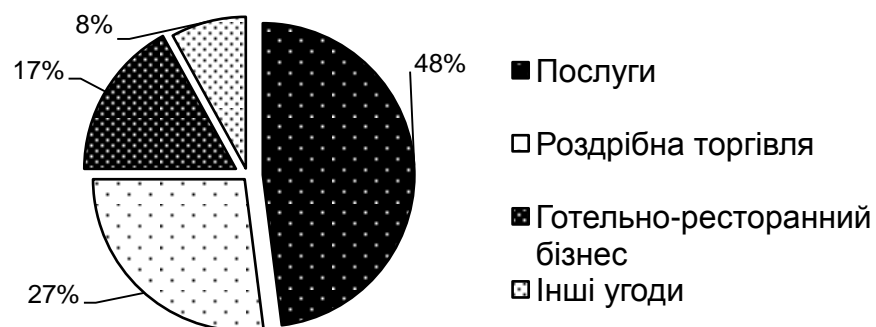


Рис. 3. Галузевий розподіл франчайзингового бізнесу у Німеччині [11]

Обсяги продажу через франчайзингові мережі у німецькій промисловості станом на 2015 рік складали близько 70 млрд. євро. Проте, кількість франчайзингових систем, що працюють у Німеччині все ще



відносно низька порівняно з іншими країнами американського та європейського континенту [11].

Франчайзинг у Польщі все ще залишається маловідомою областю бізнесу, хоча на сьогодні існує близько 820 франчайзерів і 47750 франчайзі, кількість яких постійно росте. Кількість франчайзингових мереж за останні п'ять років збільшилась на 111 %, кількість франчайзі збільшилась майже на 112 %. Таке зростання свідчить про високу якість франшиз та стрімкий розвиток ринку. Кількість населення, зайнятого в сфері франчайзингу відповідно збільшилась на 115%, а товарообіг зріс на 54%. Франчайзинг в Польщі представлено в таких галузях бізнесу, як харчування, роздрібна торгівля, торгівля авто- і мототранспортом, персональні послуги та послуги для будівництва [3].

Досліджуючи франчайзингову діяльність в різних країнах, спостерігаємо, що все більше галузей економіки охоплює така форма ведення бізнесу як франчайзинг. З кожним роком кількість франчайзингових відносин зростає, тому доцільно проаналізувати франчайзингову діяльність у світі загалом.

За даними International Franchise Association, франчайзингова діяльність розвивається швидшими темпами, ніж будь-який інший вид підприємницької діяльності, створюючи нові місця роботи та збільшуючи валовий внутрішній продукт і зайнятість населення (табл.1.) [10].

Кількість діючих франшиз щороку зростає і станом на 2015 рік сягала 781794, що на 1,6 % більше ніж у 2014 році. Відкриття нових франчайзингових мереж в свою чергу сприяє зменшенню безробіття, та збільшенню зайнятості, яка станом на 2015 рік збільшилась на 2,9 % в порівнянні з 2014 роком, та майже на 4,5 % – з кризовими 2008 – 2009 рр.

Об'єми продажу товарів та послуг у сфері франчайзингу постійно збільшуються і у 2015 році склали понад 889 млрд. дол. США, що на 5,4% більше в порівнянні з 2014 роком та майже на 25% підвищилися від

кризових 2008-2009 років. Частка ВВП від франчайзингового сектору збільшується з кожним роком і у 2015 році склала 521 млрд. дол. США, що майже на 5% більше ніж у 2014 році, і майже на 10% більше ніж у 2013 році [7].

Франчайзинг у світовому господарстві найбільш розповсюджений в таких сферах як:

– готельно-ресторанний бізнес (понад 65%), що включає заклади швидкого харчування (38%), ресторани (13%), закусочні (6%), готелі та житлові послуги (8%);

– сфера послуг (29 %), що включає персональні послуги (8%), бізнес-послуги (11%), роздрібні торгівлю і послуги (6%), комерційні та житлові послуги (4%);

– нерухомість (4%) та транспорт (2%) [7].

Таблиця 1.

Економічний огляд франчайзингової діяльності у світі [7]

Роки	Діючі франшизи	Відносне зростання, %	Кількість зайнятих співробітників (тис.)	Відносне зростання, %	Об'єми продаж (млрд. дол. США)	Відносне зростання, %	ВВП франчайзингового сектора (млрд. дол. США)	Відносне зростання, %
1	2	3	4	5	6	7	8	9
2007	770835		7994		675		403	
2008	774016	0,4	8028	0,4	696	3,1	410	1,7
2009	746646	-3,5	7800	-2,8	674	-3,2	405	-1,2
2010	740098	-0,9	7780	-0,3	699	3,7	414	2,2
2011	736114	-0,5	7940	2,1	634	-9,3	434	4,8
2012	747359	1,5	8127	2,4	678	6,9	453	4,4
2013	757857	1,4	8334	2,5	804	18,6	473	4,4
2014	769683	1,6	8569	2,8	844	5,0	495	4,7
січень 2015	781794	1,6	8816	2,9	889	5,3	521	5,3

Отже, проведемо оцінку впливу кількості діючих франшиз в світі на обсяг світового валового продукту за період 2007 – 2014 років. Показники для проведення розрахунку наведені в таблиці 2.

На основі наведених показників (табл. 2.) за допомогою програми Excel було проведено парний кореляційний аналіз. Значення коефіцієнтів парної кореляції, які було отримано в результаті розрахунку, дозволили оцінити тісноту зв'язку між показником загальної кількості франшиз в світі ( $F_1$ ) та значенням світового валового внутрішнього продукту ( $GDP_1$ ).

В результаті проведення кореляційно-регресійного аналізу ми отримали однофакторну модель залежності значення показника світового валового внутрішнього продукту ( $GDP_1$ ) від загальної кількості франшиз в світі ( $F_1$ ):  $GDP_1 = 0,0459 \times F_1 + 41657,8$ :

коефіцієнт кореляції даної моделі  $R = 0,86$ ,

абсолютне відхилення  $\Delta = \pm 3,9257$  (трлн. дол. США).

Зазначена регресійна модель дозволяє якісно визначити, що кількість діючих франшиз в світі значно впливає на обсяги світового валового внутрішнього продукту.

Таблиця 2.

Показники загальної кількості франшиз та валового внутрішнього продукту в світі за 2007–2014 рр. [7; 9]

Рік	Загальна кількість франшиз в світі $F_1$ (X), одиниць	Валовий внутрішній продукт $GDP_1$ (Y), трлн. дол. США
2007	770835	60270,3
2008	774016	63705,7
2009	746646	65616,9
2010	740098	65682,5
2011	736114	69229,4
2012	747359	72067,8
2013	757857	74518,1
2014	769683	76977,2

Графічний вигляд отриманої моделі наведено на рис. 4.

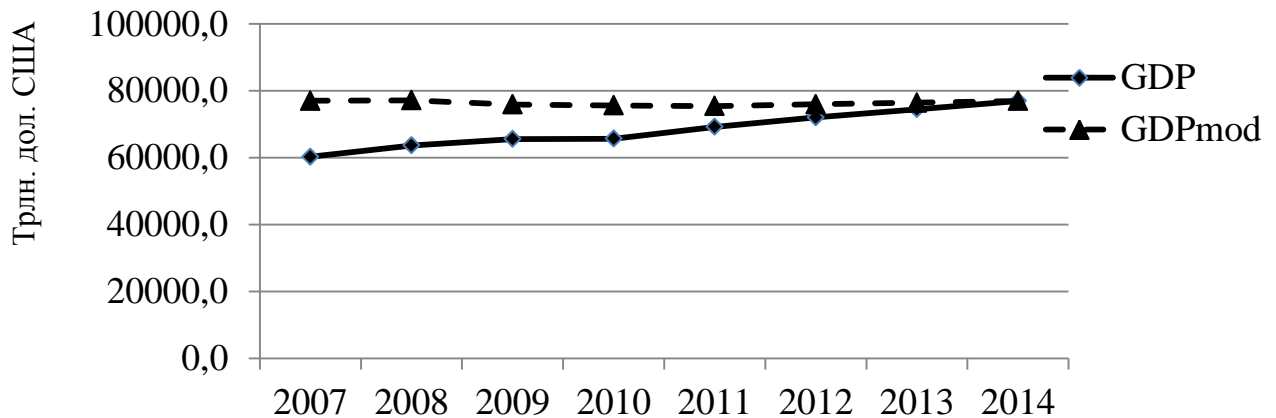


Рис. 4. Динаміка світового валового внутрішнього продукту за 2007 – 2014 рр. фактичного та змодельованого

**Висновки.** Таким чином, сьогодні франчайзинг охоплює багато сфер господарювання та є ефективним способом виходу підприємств на світові ринки, не потребуючи для цього значних коштів, а надаючи можливість продавати свою розроблену модель ведення господарської діяльності. Як бачимо, кількість франшиз у світі з кожним роком зростає і у 2015 році складала 781794, що майже на 5% більше, ніж у кризовий період (2008 – 2009 рр.). Зі збільшенням кількості франшиз відбувається збільшення зайнятості у франчайзинговому бізнесі, а відтак зростають об'єми продажів та збільшується валовий внутрішній продукт.

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

#### Список використаних джерел

1. Григораш О. М. Франчайзинг як форма розвитку малого бізнесу в Україні / О.М. Григораш // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – №12. – С. 123 – 126.
2. Носаченко І. М. Франчайзинг як спосіб ведення бізнесу / І. М. Носаченко // Вісник Київського інституту та технологій. – 2011. – №2. – С. 79 – 81.
3. TOP Franchising. Успешный бизнес. – 2013. – №4. – 63 с.
4. Франчайзинг – прогресивна форма ведення міжнародного бізнесу / Т. М. Григоренко // Формування ринкових відносин в Україні. – 2009. – №12. – С. 26 – 32.
5. Франчайзинг в цифрах: рынки США и России. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://topfranchise.ru/stati/franchajzing-v-cifrah-rynki-ssha-i-rossii/>.
6. British Franchise Association. Franchise Industry Research: bfa/NatWest Franchise Survey [Електронни ресурс]. – Режим доступу: <http://www.thebfa.org/about-franchising/franchising-industry-research>.
7. Franchise Business Economic Outlook. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://emarket.franchise.org/Economic Infographic January2015 .pdf](http://emarket.franchise.org/Economic%20Infographic%20January2015.pdf).
8. FRANCHISING: a Driver for Economic Growth in Europe. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.efffranchise.com/Data/PUBLICATION%20Franchising%20%20A%20vector%20for%20Economic%20Growth%20in%20Europe%20%20finalp.pdf>.
9. IMF World Economic Outlook (WEO). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/02/pdf/text.pdf>. [stries/Consumerindustries/franchising.html](http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2015/02/pdf/text.pdf).
10. International Franchise Association. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchise.org>.

11. The Increasing Importance of Franchising in Germany [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/Invest/Indu>.