

УДК 334.723

Ногачевський О. Ф.

Подільський державний аграрно-технічний університет

ВПЛИВ ФРАНЧАЙЗИНГУ НА ДИНАМІКУ РОЗВИТКУ ЕКСПРЕС-ДОСТАВКИ В УКРАЇНІ

Статтю присвячено дослідженню проблем розвитку інфраструктури бізнес-послуги експрес-доставки (кур'єрської пошти) на основі франчайзингу та її впливу на зростання торгівлі. Проведено аналіз існуючих світових моделей розвитку індустрії експрес-доставки та розвитку кур'єрської пошти в Україні. Запропоновано методику моделювання розвитку інфраструктури експрес-доставки на основі франчайзингу, яка заснована на якісному аналізі західної літератури в галузі франчайзингу та напрацьованої практики українських та зарубіжних підприємств у галузі кур'єрської пошти.

Ключові слова: франчайзинг, франшиза, франчайзор, франчайзі, роялті, договір комерційної концесії, підприємництво, послуги експрес-доставки, інфраструктура, кур'єрська пошта, експрес-доставка.

Постановка проблеми. На сучасному етапі галузь із надання послуг експрес-доставки (кур'єрської пошти) є однією з найбільш динамічних секторів економіки у світі. Починаючи з 1998 р. вона зростає більше ніж у два рази порівняно зі світовою економікою [1]. Найбільша динаміка розвитку кур'єрської пошти спостерігається в країнах із перехідною економікою. У розвинених країнах вона має стабільний ріст. Прогнозується, що у світовому вимірі індустрія з надання послуг експрес-доставки, як і раніше, збільшить свою частку на ринку вантажних авіаперевезень. Зростання в даній сфері становить в середньому 8% на рік у реальному вираженні за 2003–2015 рр. Це швидше, ніж очікується зростання світової торгівлі, і в два рази швидше, ніж очікувалося зростання світової економіки в цілому протягом наступного десятиліття [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналізу розвитку світової торгівлі, експрес-доставки на основах франчайзингу у розвинених країнах приділяється достатньо уваги з боку науковців та практиків. Серед зарубіжних дослідників можна виділити таких, як П. Вогель, М. Кру та П. Клейндорфер, Ж. Мелінже, Ф. Джаллат, М. Капек. Вітчизняні науковці недостатньо мірою вивчають тенденції розвитку інфраструктури кур'єрської пошти та її вплив на розвиток торгівлі. Незважаючи на це, необхідно відмітити таких науковців, як О. Харчук, Є. Пригара та ін., які дають можливість підприємцям ознайомитись із методами розвитку послуг експрес-доставки у розвинених країнах.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Вивчення та дослідження розвитку послуг експрес-доставки на основі франчайзингу потребує подальшого поглибленого наукового підходу. Вплив послуг кур'єрської пошти у подальшому буде впливати на розвиток торгівлі та підприємництва всіх сфер економіки в Україні. Завдяки високій динаміці розвитку електронної комерції та інфраструктури експрес-доставки підприємці та їх методи ведення бізнесу в Україні все більше піддаються глобальному впливу та адаптуються до міжнародних стандартів. Саме завдяки моделі франчайзингу інфраструктура експрес-доставки дала можливість багатьом галузям, таким як легка промисловість, харчова промисловість, виробництво електроніки, логістика та ін., більш ефективно розвивати власні підприємства, швидко знаходити свого покупця, минаючи складні бар'єри каналів збуту, які створюють роздрібні мережі та збільшувати свою конкурентоспроможність.

Мета статті полягає в аналізі та обґрунтуванні методичного забезпечення використання моделі

франчайзингу для ведення бізнесу в галузі експрес-доставки (кур'єрської пошти) України по єдиному міжнародному стандарту та впливу цієї моделі на динаміку та швидкість розвитку мереж; наданні практичних рекомендацій малим та середнім підприємствам щодо використання інфраструктури експрес-доставки у розвитку власного бізнесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток підприємництва, електронної торгівлі в Україні з початку незалежності спонукав високу динаміку появи операторів із надання послуг експрес-доставки. Появі приватних комерційних структур галузі сприяла і неспроможність найбільшої державної установи «Укрпошта» вчасно та активно реагувати на потреби сучасного ринку та змінювати власні бізнес-процеси. Електронна торгівля в Україні сприяла міжнародному розвитку послуги експрес-доставки та можливості споживачам отримувати у достатньо короткі терміни товари з усього світу. Водночас в Україні відсутнє недержавне регулювання стандартів галузі, що негативно впливає на якість розвитку послуги та низьку інвестиційну активність великих капіталів.

На сьогодні вже сформувалися певні світові тенденції стандартів розвитку інфраструктури експрес-доставки та визначились світові лідери даного сектору економіки. Клієнтські купівельні звички за останнє десятиліття надзвичайно змінилися завдяки широкому розповсюдженню Інтернету. Ринок електронної комерції в найближче десятиліття буде зростати вдвічі та стане ще більш глобальним, а за межами Центральної Європи та Північної Америки буде зростати вдвічі швидше, ніж у цілому в світі [8]. Спираючись на аналіз Глобальної експрес-асоціації [9], можна зробити висновки, що покращання можливостей для кінцевого споживача для купівлі товарів будуть забезпечувати прямі вигоди виробникам та збільшать обсяги торгівлі у цілому. Впровадження певних рекомендацій, які будуть надані даним дослідженням та розробленими методиками, вплинуть на якість розвитку інфраструктури послуг експрес-доставки.

В Україні ключовими операторами на ринку експрес-доставки є:

- ДП «Укрпошта», яке заявляє про наявність 12 000 відділень;
- ТОВ «Нова Пошта» із кількістю понад 3 000 відділень, з яких 2 000 власних і більш 1 000 франчайзингових;
- ТОВ «ІнТайм» із 522 представництвами та 1 482 поштотатами, більшість яких працює за договором франчайзингу (комерційної концесії);
- ТОВ «Торговий дім «Міст експрес» з кількістю понад 450 відділень, з яких понад 350 власних та понад 150 франчайзингових відділень.

Інші оператори налічують до 500 відділень, у тому числі ті, які розвиваються на засадах франчайзингу. Необхідно відмітити, що світовий лідер послуг – компанія Deutsche Post DHL Group, як і інші світові компанії, – теж присутня в Україні і налічує шість офісів та 26 представництв.

Кількість нових пунктів постійно зростає. Загальна потреба ринку в розвитку інфраструктури послуг експрес-доставки нараховує близько 22 000 [7], що дає можливість для розвитку існуючих операторів та виходу на ринок нових. Згідно із щорічними звітами Global Express Association (GEA) [9], галузь експрес-доставки ставить перед собою такі питання, які в подальшому повинні сформувати модель бізнесу, зміни міжнародного законодавства тощо:

- Який економічний/соціальний ефект галузь експрес-доставки дає на сьогоднішній день?

- Яка взаємодія між споживчими можливостями, торгівлею та міжнародною експрес-доставкою?

- Яка буде роль міжнародної експрес-доставки у сприянні економічному зростанню в контексті електронної комерції?

Побудова моделі бізнесу послуг експрес-доставки починається з формування так званого індексу споживчих можливостей (CCI – Customs Sarability Index) [9]. Цей індекс показує, які заходи повинні здійснити оператор послуг експрес-доставки і держава для того, щоб зберегти та збільшувати ріст економічного зростання. На сьогодні огляд даного індексу CCI включає:

- так звану «електронну звичку» (Electronic customs) – все більше покупців мають бажання купувати товари через Інтернет;

- цілодобове та щоденне обслуговування (24/7 automated customs processing) – покупці не хочуть бути обмежені «вихідними» та іншими часовими рамками;

- адаптований робочий час (Adapted working hours) – споживачі не хочуть залежати від різниці в часі, яка може існувати між ними та продавцем товарів;

- товар перевірений та контрольований (Inspection and operator facility) – споживачі бажують отримувати перевірений та проконтрольований товар;

- споживач не хоче займатися митними та іншим оформленням документів (Consular trade documents not required);

- споживач не залежить від роботи третіх сторін по оформленню документів (Third-party customs broker not required);

- споживач хоче отримати дуже просту процедуру оформлення покупки товару (Threshold for informal clearance procedure);

- споживач хоче отримати спрощену систему валютнообміну (If de minimis simplified procedures \$);

- споживач хоче отримати мінімальні обмеження щодо покупки товару в будь-якій валюті (De minimis regime \$);

- споживач хоче, щоб перевірки інших контролюючих організацій не впливали на затримку отримання товару (Other agency inspections do not cause delays).

Безумовно, Інтернет значно вплинув на зміну купівельних звичок споживачів. Цей вплив буде зростати і в майбутньому стане нормою [1]. Ці тенденції свідчать про те, що міжнародні послуги експрес-доставки, ймовірно, відіграють велику роль у сприянні інтернаціоналізації бізнесу, особливо для малих і середніх підприємств (МСП), які навряд чи будуть створювати свої власні ланцюги поставок.

Серед світових лідерів виділяються десять ключових операторів послуг експрес-доставки (табл. 1).

Ключовими секторами економіки, які користуються послугами експрес-доставки, є:

- 1) виробничі та сервісні компанії;

- 2) компанії, які надають транспортні послуги;

- 3) компанії, які продають товари широкого вжитку;

- 4) роздрібні мережі та Інтернет-магазини;

- 5) компанії з надання послуг з охорони здоров'я;

- 6) компанії з надання послуг із поліграфії та друку;

- 7) компанії з продажу автозапчастин;

- 8) компанії з виробництва та продажу текстильних виробів та одягу;

- 9) компанії, які надають складські послуги;

- 10) компанії з надання фінансових послуг.

Лідери світового ринку послуг експрес-доставки досягли свого успіху завдяки розвитку бізнесу на засадах франчайзингу. Для досягнення успіху та контролю над розвитком необхідно чітко дотримуватись міжнародних стандартів та правил розвитку франчайзингової мережі, що дасть змогу конкурувати не тільки з локальними операторами, але й світовими компаніями. Також необхідно розуміти, що модель франчайзингу дає змогу:

- розвиватись за рахунок коштів партнерів;

- швидко покривати території;

- створювати міжнародні альянси та партнерські програми;

Таблиця 1

Ключові оператори послуг експрес-доставки

№ світового рейтингу	Назва компанії	Країна походження	Кількість офісів по франчайзингу	Примітка
1	DHL Express	Німеччина, 1969 р.	500	Підрозділ компанії Deutsche Post DHL
2	FedEx (Federal Express)	США, 1971 р.	2000	
3	United Parcel Service, Inc	США, 1907 р.	2000 UPS, 5000 MBE 1400 UPS Store	Мають декілька напрямів та форматів розвитку франчайзингу
4	Blue Dart	Індія	4000	DHL придбав пакет акцій даної компанії
5	Royal Mail	Великобританія	500	По франчайзингу розвивають формат Courier Franchise Network
6	Schenker AG	Німеччина	300	
7	PostNL	Нідерланди	1200	
8	YRC Worldwide	США, 1924 р.	200	
9	Japan Post Group	Японія, 2007 р.	400	
10	DTDC	Індія, 1990 р.	8500	

– збільшити вартість власного бізнесу та цінність ТМ;
– залучати фінансові інструменти для розвитку.

Висновки. Динаміка розвитку інфраструктури відділень операторів із послуги експрес-доставки прямо впливає на розвиток національної та світової торгівлі. Крім якості надання послуг, не менш важливим елементом є ціна цієї послуги. На ціну послуги впливають ефективно управління розвитком та збалансоване покриття всієї території відділеннями. Грамотний вибір концепції розвитку та використання моделі франчайзингу буде відігравати ключову роль у розвитку інфраструктури послуг експрес-доставки. Використання моделі франчайзингу у своєму розвитку стало тим фактором успіху, який дав змогу світовим лідерам послуг експрес-доставки досягнути економічного добробуту та високої капіталізації. Етапи створення моделі франчайзингу є такі:

1) створення концепції моделі франшизи;

2) п'ять бізнес-ліній розвитку франшизи;
3) фінансові аспекти франшизи;
4) розробка моделі управління та інжинірингу франчайзингової мережі;
5) створення моделей обов'язкових інструментів розвитку франшизи:
– франчайзинговий пакет;
– створення «Операційного порталу»;
– навчання персоналу та створення єдиних стандартів обслуговування;
– контроль дотримання єдиних стандартів;
– створення договірної бази.

Вдале поєднання стратегій розвитку бізнесу з використанням етапів розвитку франчайзингу має стати тим ключем успіху, який дасть змогу МСБ України завоювати не тільки власні ринки, але й глобальні.

Розуміння даних п'яти етапів розвитку моделей франчайзингу потребує певних зусиль українського підприємництва та врахування всіх можливих ризиків кожної галузі, в якій вони ведуть діяльність

Список використаних джерел:

1. Вплив індустрії експрес-доставки на глобальну економіку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.oxfordeconomics.com.
2. Crew M., Kleindorfer P. Regulation and the nature of postal and delivery services – Kluwer Academic Publisher, 1993.
3. Mellinger G. LaFranchise: Lastratégie. – L'орйrationnel Brochй. – 2010.
4. Джаллат Ф., Капек М. Дезінтермедіація в питанні: Нова економіка, Нові мережі, Нові посередники / F. Jallat, M.J. Capek. Disintermediation in Question: New Economy, New Networks, New Middlemen // Business Horizons. – March-April, 2001.
5. Харчук О., Пригара Є. Тенденції розвитку світового ринку транспортних послуг в умовах глобалізації / О. Харчук, Є. Пригара // Збірник наукових праць ДЕТУТ. Серія «Економіка і управління». – 2013. – Вип. 23–24.
6. Vogель П. Сектор-експрес доставки Китаю. Звіт про розвиток ринку 2014 р. / Paul Vogel. USA Director Global Postal Community. China's Express Sector Development Report 2014 // Development & Research Center of The State Post Bureau /Deloitte, May, 2014.
7. Федерація розвитку франчайзингу України. Аналіз ринку франчайзингу в Україні 2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.fdf.org.ua/>.
8. Компанія Фронтієр економікс Лтд. Експрес-доставка та сприяння торгівлі: Вплив на Глобальну економіку / Frontier Economics Ltd. Express Delivery and Trade Facilitation: Impacts on the Global Economy. A report prepared for the Global Express association. – London, January, 2015.
9. Глобальна асоціація експрес-доставки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.global-express.org/>.
10. Цивільний Кодекс України. Глава 76 «Комерційна концесія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.civilniy.org.ua/book5th/g76/default.htm>.

Ногачевский А. Ф.

Подольский государственный аграрно-технический университет

ВЛИЯНИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА НА ДИНАМИКУ РАЗВИТИЯ ЭКСПРЕСС-ДОСТАВКИ В УКРАИНЕ

Резюме

Статья посвящена исследованию проблемам развития инфраструктуры бизнес-услуги экспресс-доставки (курьерской почты) на базе франчайзинга и её влиянию на рост торговли. Проведен анализ существующих мировых моделей развития индустрии экспресс-доставки и развития курьерской почты в Украине. Предложена методика моделирования развития инфраструктуры экспресс-доставки на базе франчайзинга, которая основана на качественном анализе западной литературы в индустрии франчайзинга и наработанной практике украинских и зарубежных предприятий отрасли курьерской почты.

Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзи, роялти, договор коммерческой концессии, предпринимательство, услуги экспресс-доставки, инфраструктура, курьерская почта, экспресс-доставка.

Nohachevskiy O. F.

Podillia State Agricultural and Technical University

FRANCHISING INFLUENCE ON DYNAMICS OF EXPRESS DELIVERY IN UKRAINE

Summary

This article is devoted to development problems of infrastructure of express delivery (courier shipment) as business service on the basis of franchising and its impact on trade as a whole. The article analyzes the existing world-wide models of express delivery and development of courier shipment in Ukraine. The article suggests the methods for developing the express delivery infrastructure for serving businesses based on qualitative analysis of Western literature in the field of franchising and on the existing practice of Ukrainian and foreign companies involved in the courier industry.

Keywords: franchising, franchise, franchisor, franchisee, royalties, franchising, entrepreneurship, business services of express delivery, infrastructure, courier mail, express delivery.