

## ЕКОНОМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ ВПЛИВУ ФРАНЧАЙЗИНГУ НА ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ

### ECONOMETRIC ANALYSIS OF EFFECT OF FRANCHISING ON ECONOMIC GROWTH

*У статті проаналізовано вплив франчайзингової стратегії розвитку бізнесу на економічне зростання. Розглянуто основні особливості франчайзингового бізнесу в Європі та Україні. Досліджено механізм здійснення франчайзингових відносин між країнами-членами ЄС. Розглянуто темпи зростання франчайзингу в Європі та виявлено найуспішніші франчайзингові компанії на європейському ринку. Обґрунтовано необхідність та значення організації бізнесу на умовах франчайзингу в Європейському Союзі.*

**Ключові слова:** франчайзинг, європейський бізнес, міжнародні економічні відносини, економічне зростання.

*В статье проанализировано влияние франчайзинговой стратегии развития бизнеса на экономический рост. Рассмотрены основные особенности франчайзингового бизнеса в Европе и Украине. Исследован механизм осуществления франчайзинговых отношений между странами-членами ЕС.*

*Рассмотрены темпы роста франчайзинга в Европе и выявлены наиболее успешные франчайзинговые компании на европейском рынке. Обоснована необходимость и значение организации бизнеса на условиях франчайзинга в Европейском Союзе.*

**Ключевые слова:** франчайзинг, европейский бизнес, международные экономические отношения, экономический рост.

*The article is devoted to a detailed analysis of the effect of franchising on economic growth and the basic features of the franchise business in Europe. The mechanism of implementation of franchise relations between EU member states are studied. We consider franchising growth rates in Europe and found the most successful franchise companies in the European market in the article. The necessity and importance of business organization in franchising in the EU are proved.*

**Key words:** franchising; european business; international economic relations, economic growth.

УДК 339.187.44

**Огінок С.В.**

аспірант кафедри міжнародних економічних відносин  
Львівський національний університет  
імені Івана Франка

Сучасна світова економіка характеризується високим рівнем глобалізації та інтеграції. Державні кордони та суттєві відмінності між економіками країн стають все менш помітними та суттєвими. Інтернаціоналізація та транснаціоналізація сприяють зближенню національних економік, формуванню економічних союзів та єдиного економічного простору. Посиленню економічних зв'язків між країнами, на даному етапі їхнього розвитку, сприяє франчайзинг, оскільки сьогодні він задіяний практично у всіх сферах економічної діяльності та є одним із найдієвіших та найдемократичніших способів виходу за межі національних ринків. Саме це і робить дане питання актуальним для дослідження. Незважаючи на те, що франчайзинг вважається відносно молодим видом організації діяльності, він є домінуючою формою ведення бізнесу як США, так і в Європі, а темпи його зростання стають з кожним роком все більшими.

Висока популярність та значна поширеність франчайзингу визначається тим, що він надає реальні можливості для розвитку мережі збуту товарів як на національних ринках, так і на закордонних, залучаючи відносно незначні кошти, а головне за невеликий проміжок часу.

**Постановка проблеми.** З точки зору економічної теорії, франчайзинг як форма ведення бізнесу може значно прискорити темпи економічного розвитку як країни в цілому, так і окремих регіонів. Крім того, просування франчайзингу сприяє підвищенню доходів населення, оскільки збільшується кількість споживачів продукції та послуг фран-

чайзингових компаній, так і число тих, хто може почати власний бізнес на основі франчайзингу [1].

Франчайзинг відіграє роль чинника економічного зростання для низки розвинених країн, а також країн, що розвиваються. За даними Спільної Декларації Світової ради франчайзингу унікальність франчайзингу полягає в зниженні ризику невдачі бізнесу, створює робочі місця, стимулює інновації та креативність, є каналом поширення передових бізнес практик, а відтак, і знань, є фактором розвитку малого та середнього підприємництва [2]. Все це може слугувати джерелом економічного зростання країни та локомотивом для глобальної економіки.

**Аналіз основних наукових досліджень.** Серед провідних науковців, які займалися дослідженням франчайзингу, відзначимо таких: С. Сосна, Є. Васильєва, О. Городова, Р. Гамельтон, І. Дахно, Д. Хайфілд, М. Мендельсон, Д. Стенфорд, Б. Сміт, Н. Широбокова, В. Шкромада, Д. Балді, Є. Кошелеві, В. Денисюк, Е. Легенда, Г. Цірат, Л. Цимбал, Г. Андрощук, О. Суховатий, В. Ляшенко. Однак, існує досить багато невирішених питань, які стосуються сфери франчайзингу, що дає підстави здійснювати подальші дослідження.

**Постановка завдання.** Дослідити вплив франчайзингу на економічне зростання в країнах-членах ЄС та Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Найбільш розвинений франчайзинг в розвинених країнах. Так в США на частку франчайзингових компаній припадає 18 млн. робочих місць

і 2,1 трлн дол. США в загальному обсязі національної економіки. У Китаї на сектор франчайзингу припадає 47,83 млрд дол. США в загальному обсязі продажів і 825 тис. робочих місць. Національна асоціація франчайзингу Китаю очікує, що національні та іноземні бренди покажуть зростання на 10-20% протягом найближчих п'яти років. У Великобританії оборот франчайзингових компаній в 2010-2015 рр. досяг 11,8 млрд фунтів стерлінгів, в секторі зайняті 465 тисяч чоловік. У Франції їх оборот досяг 48 млрд євро, в Німеччині – 55 млрд євро, франшизи дають роботу 463 тисяч німцям [3].

Таким чином, важливим науковим викликом є дослідити величину впливу франчайзингу для економічного зростання нашої вибірки 20 європейських країн, в тому числі України. Ми припускаємо, що поряд з іншими традиційними ключовими детермінантами економічного зростання (капітал, робоча сила, зовнішня торгівля, прямі іноземні інвестиції) економічна вага франчайзингу буде незначною, проте позитивною. Для перевірки цієї гіпотези застосовуємо економетричний аналіз панельних даних з фіксованими ефектами.

Важливим завданням включити у специфікацію моделі всі ключові чинники, які мають системний вплив на економічного зростання, та які притаманні відкритим економікам як країни з нашої вибірки. Сучасна економічна теорія та численні емпіричні праці в галузі відкритості та зростання засвідчують, що відкрита економіка зростає швидше ніж закрита економіка завдяки ліберальнішій зовнішній торгівлі (імпорт та експорт), залученню іноземних інвестицій, обміну технологічними вдосконаленнями та знаннями [4]. В низці досліджень доводиться важлива роль інституцій для сприяння зростанню в країні [5, 6]. Таким чином, ґрунтуючись на цих фундаментальних дослідженнях, ми долучаємо до нашого аналізу впливу франчайзингу на економічне зростання також торговельні, інвестиційні, науково-дослідні та інституційні чинники. Водночас, для дослідження впливу політико-економічних чинників міжнародної економічної інтеграції на економічне зростання необхідно враховувати капітал та робочу силу – як базові фактори виробництва відповідно до виробничої функції Кобба-Дугласа.

У нашому дослідженні ми намагаємось оцінити причинність зв'язку між франчайзингом, низкою ключових міжнародних факторів та базовими факторами виробництва зі зростанням економіки. Для цього ми формуємо вибірку з 20-ти європейських країн, з них 18 країн ЄС (Бельгія, Австрія, Хорватія, Чехія, Данія, Фінляндія, Франція, Німеччина, Греція, Угорщина, Італія, Нідерланди, Польща, Португалія, Словенія, Іспанія, Швеція, Швейцарія, Україна, Об'єднане Королівство), Швейцарія та Україна. Часовий період нашого дослідження ста-

новить 5 років, починаються з 2007 року та закінчуючи 2011 р., за які є доступними опубліковані статистичні дані для нашої групи країн за відповідним переліком показників, що становлять наш інтерес. Для подолання різних проблем в оцінюваному рівнянні ми використовуємо економетричний аналіз панельних даних методом найменших квадратів з трансформацією методом фіксованих ефектів, щоб ліквідувати гетерогенність по країнах.

Ми використовуємо логарифмічно-лінійну модель, яку презентуємо в рівнянні (1), що співвідносить економічне зростання, яке ми вимірюємо як ВВП в постійних дол. США на 2010 р. ( $GDS_{it}$ ) в логарифмах, кожної з 20-ти країн  $i$  з нашої групи за відповідний рік  $t$ , до таких чинників як:

1. Капітал ( $K_{it}$ ), в логарифмах, який ми визначаємо як валове нагромадження капіталу (в постійних доларах США за 2010 р.) в логарифмах.
2. Робоча сила ( $L_{it}$ ), в логарифмах, яку ми визначаємо як вся робоча сила, кількість зайнятих.
3. Експорт товарів та послуг ( $EXP_{it}$ ), в логарифмах.
4. Імпорт товарів та послуг ( $IMP_{it}$ ), в логарифмах.
5. Прямі іноземні інвестиції ( $FDI_{it}$ ), в логарифмах.
6. Змінна франчайзингу, як кількість франчайзерів ( $FRAN\_1_{it}$ ) в логарифмах; та альтернативно, як кількість франчайзингових точок ( $FRAN\_2_{it}$ ) в логарифмах.

Для подолання проблеми повноти специфікації моделі в оцінюваному рівнянні ми контролюємо інші можливі детермінанти економічного зростання – такі як, науково-дослідна діяльність (витрати на науково-дослідні розробки,  $RD_{it}$  в логарифмах), платежі за використання прав інтелектуальної власності, роялті ( $ROY_{it}$ ), інституції як Індекс Економічної Свободи ( $IEF_{it}$ ).

$$GDP_{it} = a_1 K_{it} + a_2 L_{it} + a_3 EXP_{it} + a_4 IMP_{it} + a_5 FDI_{it} + a_6 FRAN_{it} + a_7 RD_{it} + a_8 ROY_{it} + a_9 INSTIT_{it} + c_i + u_{it} \quad (1)$$

де  $i$  та  $t$  показують країни та періоди часу відповідно;

$c_i$  – це неспостережуваний фіксований (по країнах) ефект;

$u_{it}$  є ідіосинкратичними похибками.

Статистичні дані з описом показників та джерел даних подано в Додатку А. Описова статистика та кореляційний аналіз між показниками оцінюваного рівняння подано в Додатку Б. Джерело статистичних даних – статистична база Світового Банку World Development Indicators. Для регресійного аналізу використовуємо статистичний пакет EViews.

Результати тестування впливу франчайзингу на економічне зростання подано в табл. 1.

**Висновки з проведеного дослідження.** Як видно зі специфікацій 2, 4, 5, 6 коефіцієнт змінної франчайзингової діяльності, яка вимірюється як кількість франчайзерів, є позитивним, статистично значимим, проте його величина є в 10 разів менша, ніж коефіцієнт робочої сили; в 5 разів мен-

Результати тестування моделі впливу франчайзингу на економічне зростання групи європейських країн, метод найменших квадратів (OLS) з фіксованими ефектами

	1	2	3	4	5	6
	GDP	GDP	GDP	GDP	GDP	GDP
K	0.122*** (5.34)	0.141*** (6.19)	0.119*** (6.24)	0.152*** (5.67)	0.147*** (4.60)	0.135*** (4.12)
L	0.487*** (3.42)	0.376*** (2.66)	0.394*** (3.50)	0.430** (2.58)	0.453** (2.28)	0.541** (2.61)
EXP	0.101* (1.96)	0.119** (2.41)	0.147*** (3.62)	0.105** (2.07)	0.106 (1.66)	0.077 (1.16)
IMP	0.092 (1.50)	0.041 (0.67)	0.042 (0.88)	0.032 (0.49)	0.037 (0.43)	0.070 (0.80)
FDI	0.001 (0.28)	0.002 (0.64)	0.001 (0.52)	0.003 (0.95)	0.003 (0.91)	0.004 (1.30)
FRAN_1		<b>0.030*** (2.80)</b>		<b>0.028** (2.50)</b>	<b>0.026** (2.20)</b>	<b>0.023* (1.95)</b>
FRAN_2			<b>-0.002 (1.60)</b>			
RD				0.029 (1.16)	0.019 (0.64)	0.005 (0.16)
ROY					0.010 (0.88)	0.009 (0.79)
INSTIT						0.112 (1.40)
Константа	11.008*** (4.93)	12.950*** (5.79)	12.627*** (7.23)	12.357*** (4.61)	11.720*** (3.63)	10.053*** (2.94)
Спостереження	92	92	75	88	76	76
Кількість країн	20	20	20	20	17	17
R-squared	0.84	0.86	0.90	0.87	0.86	0.87

Примітки: Абсолютне значення t статистики в дужках. \* – значимість на рівні 10%; \*\* – значимість на рівні 5%; \*\*\* – значимість на рівні 1%.

Джерело: розраховано автором, використовуючи статистичну програму EVIEWS

ший, ніж коефіцієнт капіталу; в 4 рази менший, ніж коефіцієнт експорту. З цього можна зробити висновок, що франчайзинг впливає на економічне зростання країн нашої вибірки. Хоча й економічна значущість франчайзингу для економічного зростання не є настільки вагомою порівняно з такими ключовими детермінантами як робоча сила, капітал чи експорт, все ж таки (як видно з величини коефіцієнту франчайзингу в регресії) франчайзинг додає до економічного зростання на рівні 7-10% від економічного впливу робочої сили на економічне зростання, або на рівні 18-20% від економічного впливу капіталу на економічне зростання, або на рівні 25-26% від економічного впливу експорту на економічне зростання. Отримані результати є досить несподіваними, оскільки наша гіпотеза передбачала, що роль франчайзингу в економічному зростанні буде незначною, якщо не нікчемною. Таким чином, ми знаходимо підтвердження важливості франчайзингу для економічного зростання групи європейських країн, в тому числі України.

Водночас, застосування альтернативного вимірника франчайзингу як кількість франчайзингових точок, робить коефіцієнт франчайзингу статистично не значимим. Це можна обґрунтувати недосконалістю вимірника франчайзингу за

кількістю франчайзингових точок, або проблемою вибірки, що може слугувати предметом для подальших досліджень.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Blair R.D., Lafontaine F. The Economics of Franchising. – Cambridge: Cambridge University Press, 2005. – 338 p.
2. Franchising: Promoting Entrepreneurship and Spreading Opportunities and Wealth – Joint Declaration of World Franchise Council, Beirut, Lebanon, April 18, 2013. – <http://www.worldfranchisecouncil.net/declarations.html>
3. Franchising: Promoting Entrepreneurship and Spreading Opportunities and Wealth – Joint Declaration of World Franchise Council, Beirut, Lebanon, April 18, 2013. – <http://www.worldfranchisecouncil.net/declarations.html>.
4. Grossman G.M., Helpman E. Comparative Advantage and Long-run Growth // American Economic Review. – 1990. – 80. – P. 796-815.
5. Stensnes K. Trade Openness and Economic Growth. Do Institutions Matter? // Norwegian Institute of International Affairs Paper. – No. 702. – 2006. – 29 p.
6. Glaesar E.L., La Porta R., Lopez-de-Silanes F., Schleifer A. Do Institutions Cause Growth // Journal of Economic Growth. – 2004. – 9 (3). – P. 271-303.