

**О.М. СИНІГОВЕЦЬ, Г.С. КОНШИНА**

### **ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ЕФЕКТИВНА МОДЕЛЬ ВЕДЕННЯ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ І ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ В УКРАЇНІ**

У статті досліджено питання розвитку і ролі франчайзингу у забезпеченні соціально-економічного розвитку країн, міжнародних економічних відносин. Розглянуто сутність франчайзингу і його сучасний розвиток. Подано поняття франчайзингу і франчайзингової мережі, її значення в сучасних формах ведення міжнародного бізнесу, проведено класифікацію франчайзингу за основними ознаками. Проаналізовано наявні можливості розвитку франчайзингу в Україні у порівнянні з країнами-лідерами і найбільш ефективною реалізацією його потенціалу соціально-економічного розвитку. Визначено значення міжнародного франчайзингу як ефективного моделі ведення бізнесу, встановлено вимоги щодо умов його розвитку, з погляду різних міжнародних рейтингів робиться аналіз можливостей його розвитку в Україні. Виявлена необхідність, надано основні пріоритетні напрями створення умов для реалізації міжнародного франчайзингу. Систематизовано етапи франчайзингу, виявлено існуючі перешкоди забезпечення його реалізації, подано рекомендації щодо поліпшення з точки зору забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних суб'єктів міжнародного бізнесу в здійсненні франчайзингової стратегії виходу на зарубіжні ринки. Ефективність управління сучасним міжнародним бізнесом визначається можливостями реалізації виходу на зарубіжні ринки, наявністю різних джерел доходів, можливостями реалізації різних напрямів ведення міжнародного бізнесу, що знаходить відображення у зростанні бізнесу. Доведено, що важливою ознакою у реалізації франчайзингу як ефективного моделі ведення сучасного міжнародного бізнесу є наявний потенціал і відповідність умов розвитку підприємницьких структур, що попереду вибору і переконанню до його втілення. Це проведене дослідження дозволить оцінити тенденції і загальні потреби підприємств у реалізації франчайзингової моделі для забезпечення передусім їх ефективності, реалізації ефективних стратегій управління виходом на зарубіжні ринки. Рекомендації розвитку міжнародного франчайзингу визначені на основі порівняльного дослідження розвитку франчайзингу країн-лідерів, проведеного аналізу відомих світових рейтингів і направлені на створення передумов розвитку франчайзингу в Україні.

**Ключові слова:** франчайзинг; франчайзер і франчайзі; франшиза; роялті; іноземний франчайзинг; міжнародний франчайзинг; ефективність франчайзингу; конкуренція; структура ринку; міжнародний бізнес

**О.Н. СИНІГОВЕЦЬ, А.С. КОНШИНА**

### **ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ МОДЕЛЬ ВЕДЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В УКРАИНЕ**

В статье исследованы вопросы развития и роли франчайзинга в обеспечении социально-экономического развития стран, международных экономических отношений. Рассмотрены сущность франчайзинга и его современное развитие. Подано понятие франчайзинга и франчайзинговой сети, ее значения в современных формах ведения международного бизнеса, проведена классификация франчайзинга по основным признакам. Проанализированы имеющиеся возможности развития франчайзинга в Украине по сравнению со странами-лидерами и наиболее эффективной реализации его потенциала социально-экономического развития. Определено значение международного франчайзинга как эффективной модели ведения бизнеса, установлены требования относительно условий его развития, с точки зрения различных международных рейтингов делается анализ возможностей его развития в Украине. Вывялена необходимость, представлены основные приоритетные направления создания условий для реализации международного франчайзинга. Систематизированы этапы франчайзинга, выявлены существующие препятствия по обеспечению его реализации, даны рекомендации по улучшению с точки зрения обеспечения конкурентоспособности отечественных субъектов международного бизнеса в осуществлении франчайзинговой стратегии выхода на зарубежные рынки. Эффективность управления современным международным бизнесом определяется возможностями реализации выхода на зарубежные рынки, наличием различных источников доходов, возможностями реализации различных направлений ведения международного бизнеса, что находит отражение в росте бизнеса. Доказано, что важным признаком в реализации франчайзинга как эффективной модели ведения современного международного бизнеса является имеющийся потенциал и соответствие условий развития предпринимательских структур, предшествующих выбору и убежденности к его воплощению. Это проведенное исследование позволит оценить тенденции и общие потребности предприятий в реализации франчайзинговой модели для обеспечения прежде всего их эффективности, реализации эффективных стратегий управления выходом на зарубежные рынки. Рекомендации развития международного франчайзинга определены на основе сравнительного исследования развития франчайзинга стран-лидеров, проведенного анализа известных мировых рейтингов и направлены на создание предпосылок развития франчайзинга в Украине.

**Ключевые слова:** франчайзинг; франчайзер и франчайзи; франшиза; роялти; иностранный франчайзинг; международный франчайзинг; эффективность франчайзинга; конкуренция; структура рынка; международный бизнес

**O. SUNIGOVETS, H. KONSHYNA**

### **FRANCHISING AS AN EFFECTIVE MODEL OF DOING INTERNATIONAL BUSINESS AND PROSPECTS OF ITS DEVELOPMENT IN UKRAINE**

The article examined the development and role of franchising in ensuring the socio-economic development of countries and international economic relations. The essence of franchising and its modern development is considered. The concept of franchising and franchising network, its importance in modern forms of international business are given and the classification of franchising to the main features is carried out. The existing opportunities for the development of franchising in Ukraine in comparison with the leading countries and the most effective realization of its potential for socio-economic development are analyzed. The importance of international franchising as an effective model of doing business is determined, the requirements for the conditions of its development are established, the analysis of the possibilities of its development in Ukraine from the point of view of various international ratings is carried out. The necessity is revealed and the main priority directions of creation the conditions for realization of the international franchising are given. The stages of franchising are systematized, the existing obstacles to ensuring its implementation and recommendations for improvement from the point of view of ensuring the competitiveness of domestic subjects of international business in the implementation of the franchise strategy to enter foreign markets are identified. The effectiveness of management of modern international business is determined by the possibility of realizing to access the foreign markets, the availability of different sources of income and the ability to implement different areas of international business, which is reflected in the growth of business. It is proved that an important feature in the implementation of franchising as an effective model of modern international business is the available potential and compliance of the conditions of development of business structures, which are precedes of the choice and belief of its implementation. This study will make possible the assessing of trends and general needs of enterprises in the

implementation of the franchise model in order to ensure, above all, their effectiveness, implementation of effective strategies of managing of the entry into foreign markets. Recommendations for international franchising development are determined on the basis comparative study of the development of franchising in the leading countries, an analysis of well-known world's ratings and they are aimed of creating the prerequisites of developing franchising in Ukraine.

**Keywords:** franchising; franchisor and franchisee; franchise; royalty; foreign franchising; international franchising; franchising efficiency; competition; market structure; international business

**Вступ.** З усіх видів договірних відносин, заснованих на передачі комплексу виключних прав на об'єкти інтелектуальної власності, вважаю за необхідне відокремити договір франчайзингу як найбільш перспективний та ефективний засіб ведення бізнесу. Привабливість франчайзингу полягає в наявності незаперечних переваг для обох учасників франчайзингових відносин. Для малих підприємств і індивідуальних підприємців він надає в розпорядження стабільний дохідний бізнес, для відомих фірм і компаній – можливість розширити й усталити свої позиції на ринку та покращити імідж компанії. Франчайзинг можна розглядати як певний підхід до управління інтелектуальним капіталом, його ефективність обумовлюється не тільки економічною та організаційно-правовою складовими, але й соціально-психологічними відносинами між його суб'єктами. Саме цим можна пояснити настільки широке поширення франчайзингу у Європі, Америці, а зокрема і в Україні.

Успіх інноваційної складової вітчизняної економіки багато в чому залежить від стану та розвитку малого підприємництва, що, безсумнівно, є джерелом інновацій, а також каналом трансферу знань і технологій. Джерелами фінансування інноваційної діяльності підприємств можуть бути власні та залучені ресурси, позикові кошти. Однак в умовах подолання наслідків світової фінансової кризи на багатьох підприємствах не вистачає фінансування навіть на підтримку наявних обсягів випуску продукції. У даному контексті особливу актуальність здобувають нетрадиційні методи фінансування інноваційної діяльності, до числа яких належить франчайзинг.

Як засвідчує іноземний досвід економічному розвитку суттєво сприяє малий бізнес. Перенасичення ринку франчайзингових організацій обумовлює їх вихід на зарубіжні ринки, здійснювати пошук його нових нетрадиційних сфер діяльності, форм і видів реалізації. Український ринок має великий потенціал для розвитку, з поміж ста найбільш популярних франчайзингових компаній світу в Україні представлені такі, як McDonalds, KFC, Hertz, Groupe Auchan, Domino's Pizza.

**Аналіз стану питання.** На сучасному етапі розвитку зовнішньоекономічних зв'язків України з іншими країнами особливе місце посідає пошук систем економічних відношень з метою реалізації нових ефективних зв'язків інтеграції у світову економіку. Одним із різновидів такого впровадження є розвиток франчайзингової форми взаємовигідних відносин. Однак, перед тим як стати суб'єктом франчайзингових відносин, необхідно поставити на терези позитивні та негативні сторони франчайзингу. Не можна стверджувати, що законодавство України чітко регулює відносини франчайзингу [1]. Дослідження франчайзингу з точки зору існуючих завдань забезпечення сталого соціально-економічного розвитку і реалізації

інноваційного потенціалу ще потребують додаткових досліджень.

**Мета роботи.** Метою даної статті є дослідження франчайзингового ринку і розвитку франчайзингу в Україні в контексті світових тенденцій визнання франчайзингу як ефективної моделі ведення бізнесу. Головною метою цієї статті є дослідження стану франчайзингового ринку України виходячи з сучасних тенденцій розвитку світового і виявлення нагальних проблем, які є перешкодою для франчайзингового виходу на зарубіжні ринки, створення необхідних умов реалізації переваг франчайзингу як найбільш ефективного ведення міжнародного бізнесу. Таким чином, за мету ставиться визначення можливостей реалізації міжнародного франчайзингу в Україні і їх втілення у вирішенні нагальних завдань формування ефективних моделей ведення міжнародного бізнесу і реалізації сучасних способів виходу на зарубіжні ринки. Вирішення поставлених завдань потребує глибокого осмислення розвитку франчайзингу і його сучасних характеристик у світових умовах, в сутності особливостей міжнародного франчайзингу.

Виходячи з цього визначається необхідність узагальнення розвитку франчайзингу, визначення його сучасних видів і особливостей, ролі і місця міжнародного франчайзингу; систематизації основних проблем, які гальмують впровадження міжнародного франчайзингового бізнесу в Україні і розробки рекомендацій щодо його реалізації. Завданнями виявлення можливостей його реалізації в Україні виходячи з досвіду розвинутих країн, визначаються розгляд необхідних якісних системних перетворень в комплексі ведення сучасного бізнесу, які у підсумку дадуть змогу Україні досягти нового рівня розвитку бізнесу, визначать можливості найкращого здійснення франчайзингу як ефективної моделі сучасного бізнесу і таким чином забезпечать реалізацію нагальних завдань соціально-економічного розвитку країни.

**Аналіз основних досягнень і літератури.** Вивчення питань франчайзингових відносин займалось чимало зарубіжних, а також вітчизняних вчених. Серед них можна виділити таких: Т. Мирончук [2], З. Варналії [3,4], А. Виноградська [5], О.П. Корольчук [6] та С. Спінеллі, Д. Стенворт і Б. Сміт, А. Цират відповідно. У своїх працях вони розкривають зміст поняття «франчайзинг», його значення на міжнародному рівні, особливості формування та здійснення франчайзингових операцій тощо. На сучасному етапі дослідження форми прояву економічних відносин цінними досягненнями є:

- чітке визначення поняття «франчайзинг»;
- різноманіття видів франчайзингу;
- аналіз динаміки франчайзингових відносин в Україні;
- визначення стадії розвитку франчайзингу на міжнародному рівні. Проте, слід наголосити, що інформації щодо розвитку франчайзингу в Україні в

умовах сьогодення бракує. Вирішення даної проблеми дасть змогу виявити основні перспективи розвитку франчайзингу.

#### **Викладення основного матеріалу дослідження.**

Франчайзинг – один з найпоширеніших інструментів розвитку бізнесу у всьому світі. У багатьох країнах, у яких франчайзинг уже отримав масове розповсюдження, його розглядають як нову, прогресивну систему організації ділових відносин, що відповідає потребам сучасного ринку. Науковою основою сучасного розвитку предмета дослідження розглядаються аспекти стратегічного менеджменту, маркетингу та пов'язується з формуванням франчайзингових мереж. Відповідно до Термінологічного словника Асоціації франчайзингу України, франчайзингова мережа визначається як «мережа точок, які використовують одну франшизу, й складається як мінімум із двох суб'єктів – франчайзера та франчайзі, які перебувають на різних рівнях правовідносин»[7].

Залежно від сутності відносин, що виникають у франчайзингу, виділяють такі основні його види: товарний, виробничий та франчайзинг бізнес-формату. Товарний франчайзинг полягає у передачі франчайзером виняткового права на реалізацію продукції, що випускається.

Виробничий франчайзинг полягає у передачі технологій і права виробництва продукції відомої торговельної марки. Прикладом використання виробничого франчайзингу є компанія Coca-Cola, яка продає в різних країнах різним підприємствам право виготовляти її продукції за її технологіями.

Найбільш перспективним на сьогоднішній день видом франчайзингу є франчайзинг бізнес-формату. Франчайзинг бізнес-формату є такою організацією бізнесу, при якій франчайзі набуває права відкрити власне підприємство аналогічного профілю під торговельним знаком (знаком обслуговування) продавця франшизи і бере на себе зобов'язання повністю скопіювати формат бізнесу франчайзера. Бізнес франчайзинг неодмінно включає всі можливі аспекти співпраці між франчайзером і франчайзі. Переважно франчайзер спочатку створює власне підприємство і, коли воно стає успішним, продає право відкрити таке ж. Проте існують франчайзери, які не мають жодного власного підприємства. Часто буває так, що після розвитку мережі франчайзер продає свої точки і займається лише франчайзингом, не відволікаючись на управління власними закладами. Проте відсутність у франчайзера жодного власного підприємства має суттєві недоліки, а саме:

- відсутність «бази» для проведення навчання персоналу нових підприємств, розвитку нових технологій;

- франчайзер позбавляється можливості демонструвати приклад підприємства, яке він пропонує відкрити потенційному франчайзі. Франчайзеру складніше описувати фінансові переваги його моделі бізнесу. Окрім того, франчайзер не може продемонструвати зразок «правильного» підприємства, а лише його виконання одним з франчайзі;

- володіючи власним підприємством франчайзер може спостерігати за його діяльністю та розвивати і вдосконалювати бізнес-модель. Існує кілька класифікацій видів франчайзингу, які відрізняються один від одного в залежності від того, який саме ключовий фактор використовується в якості основи для виділення різних його видів (див. рис.1).

У країнах з розвинутою економікою постійно збільшується продаж товарів та послуг на умовах франчайзингу. За даними експертів Всесвітньої організації інтелектуальної власності в США товарообіг на умовах франчайзингу складає більше третини всієї роздрібною торгівлі. В Австралії більше 90% загальної торгівлі на підприємствах швидкого обслуговування здійснюється на умовах франчайзингу. Кожні вісім хвилин в світі з'являється один франчайзі, тому що ефективність таких компаній у півтора – два рази більша за звичайних. Існують офіційні дані, за якими франшиза використовується більше ніж у 80 країнах [9, с. 49-62].

Франчайзинг є одним з найбільш перспективних видів бізнесу в Україні, але темпи його розвитку нижчі ніж у країн Європи і США. Стримуючими факторами розвитку є недосконала законодавча база, несумлінне ставлення підприємців до виконання, дотримання умов договорів, об'єктів чужої інтелектуальної власності, низький рівень кредитування, невідповідність міжнародним стандартам, відсутність практики, низька проінформованість, необізнаність з принципами і особливостями ведення бізнесу, висока вартість франшизи, складні умови і адміністративні бар'єри організації і ведення бізнесу

Найбільш прибутковими є компанії, що впроваджують на український ринок іноземні франшизи, але ж особливістю українського ринку франчайзингу є пререважання мережі вітчизняного походження. Присутні на ринку також іноземні франчайзери, діяльність яких сприяє постачанню на ринок нових товарів і послуг, дозволяє перейняти успішний досвід, важливий також для розвитку договірної системи внутрішнього франчайзингу.

Франчайзинг став невід'ємною частиною проведення міжнародних операцій, 40 % займають саме франчайзингові договори. Освоєння зарубіжних ринків вимагає знання договірних правил законодавства зарубіжних країн, відповідність продукції технічним вимогам регуляторів [10]. У порівнянні з досвідом інших держав, в Україні цей спосіб ведення бізнесу тільки починає поширюватися. Так, перші франчайзингові мережі в Україні створювали саме зарубіжні підприємства. Так, в 1993 році почала працювати перша франчайзингова точка міжнародної інформаційної системи "Компас" (Нідерланди), дещо пізніше на ринку з'явився McDonald's. Українські підприємства перші франчайзингові точки почали відкривати з 1993 року (піцерія "Pizza Celentano" від української компанії "Системи швидкого харчування").

Франчайзинг визнаний у світі як найбільш прогресивна форма ведення бізнесу. Привабливість франчайзингу пояснюється його широким розвитком у світовій економіці, комплексним характером відносин, достатньо високим рівнем їхньої прозорості, а також перевагами взаємовигідних системних зв'язків, що, у

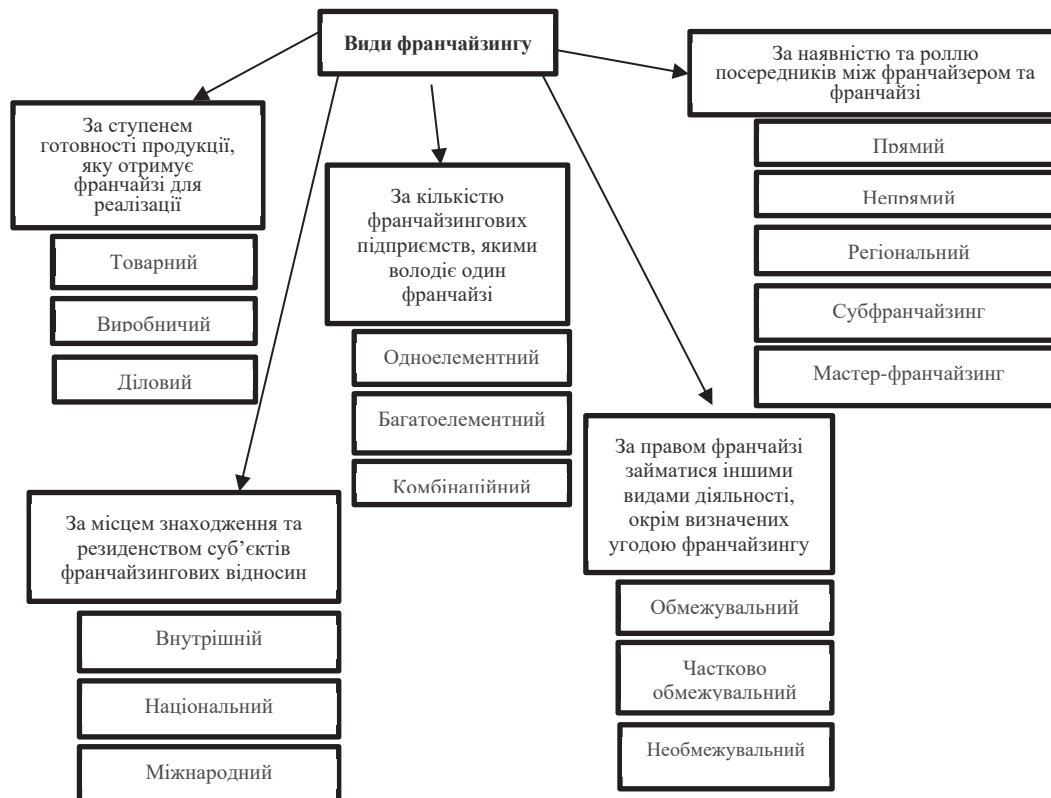


Рис. 1 - Класифікація видів франчайзингу  
Джерело: складено авторами на основі джерела [8]

свою чергу, дозволяє сформувати однорідну мережу з ефективним розподілом капіталовкладень, створити широку систему збуту товарів та послуг, посилити конкурентні переваги учасників мережі по відношенню до інших учасників аналогічного ринку, забезпечити можливість більш швидкого виходу на ринок з мінімальним ризиком нових учасників системи.

Підприємництво, засноване по формату франчайзингу, є високоефективною формою організації комерційної діяльності, що має високий рівень прибутковості і досить низький рівень ризику. Ефект франчайзингу складається з об'єктивних переваг оперативного використання досягнень науково-технічного прогресу, збільшення масштабів діяльності, зниження питомих витрат і інтенсифікації усього технологічного процесу [11]. У зв'язку з активним поширенням франчайзингу на міжнародному рівні американський журнал Entrepreneur щорічно випускає рейтинг франшиз на основі 150 критеріїв. До них відносять: досвід роботи по моделі франчайзингу, рівень маркетингової та іншої підтримки франчайзі, час, затрачений на навчання франчайзі і персоналу, робота головної компанії з соцмережами, фінансова звітність і операційні показники, темпи росту власної і франчайзингової мережі, а також вартість франшизи, розмір інвестицій і час, що необхідний для відкриття точок. Трійку лідерів серед 500 франшиз станом на поточний рік складають: 1 місце – Dunkin' Donuts (має 13 тисяч точок у 38 країнах), 2 місце – ресторани Тасо Bell, 3

місце займає McDonald's, який у попередні роки займав лідерську позицію.

Показниками, що визначають рейтинг The Top 100 Global Franchises, є дохід мережі компаній, стабільність і зростання, кількість років діяльності на ринку, кількість відкритих точок, темпи розширення ринку, передовий досвід у галузі підтримки і навчання франчайзі, екологічна політика, соціальна відповідальність.

29 грудня 2001 року створено Українську асоціацію роботодавців у галузі франчайзингу. Основне завдання асоціації – представляти інтереси підприємців та їх операторів, що використовують франчайзингові договори на представницькому рівні, надавати допомогу при організації і просуванні на ринку. Асоціація також встановлює зв'язки з іноземними та міжнародними франчайзинговими асоціаціями, вивчає досвід та законодавство країн у сфері франчайзингу [12].

У 2007 році утворилась успішна компанія Franchise Group, унаслідок чого своєю діяльністю і заявленими високими стандартами роботи зіграла провідну роль у формуванні галузі. Станом на березень 2015 року компанія запустила масштабний освітній проект "Перша школа франчайзингу", аналогів якому немає ні в Україні, ні в Східній Європі. Даний проект розроблений для тих, хто хоче масштабувати свій бізнес (управлінців, інвесторів, власників бізнесу) і ставить за мету створити культуру ведення бізнесу по моделі франчайзингу. На даний час в Україні сфера франчайзингу з успіхом поступово розширюється,

кількість підприємств збільшується, але поряд з цими фактами слід відмітити декілька чинників, які впливають негативно та стримують розвиток франчайзингу, серед яких слід виділити: складність пошуку стартових капіталів та кредитів для франчайзі; недостатня компетентність у виконанні договірних зобов'язань; погано розвинута банківська система; нестабільний рівень економічної ситуації в країні.

Найбільш стримуючим чинником розвитку франчайзингу в Україні є низький рівень банківського кредитування. В економічно розвинених країнах більшість фінансових установ має відділи, які займаються фінансуванням такої моделі підприємництва, адже вона вважається найбільш удалою моделлю стартап-бізнесу. За даними Міжнародної асоціації франчайзингу (IFA), середня рентабельність інвестицій за перші 10 років роботи для звичайних незалежних підприємств становить близько 300%, а для підприємств, що працюють на умовах франчайзингу, – більше 600%. Окрім того, кількість банкрутів серед франчайзингових підприємств становить менше 10% протягом перших трьох років роботи, тоді як серед незалежних підприємств – близько 90%. У цілому на ринку банківських послуг України практично відсутні програми фінансування франчайзингу.

Сьогодні в Україні франчайзинг є наймасовішим видом комерціалізації інтелектуальної власності. На його основі виникли нові види договірних відносин, а саме ліцензійний договір, договір франчайзингу, договір концесії [5, с. 171]. Проте основною проблемою українського законодавства залишається недосконалий правовий механізм формування та здійснення франчайзингових відносин. Ще з 2001 року існує лише проект Закону України «Про франчайзинг», який редагувався у 2017 році, але не був реалізований.

Деякі істотні положення з точки зору законодавства України франчайзингових відносин або не розкриті, або взагалі відсутні. Наприклад, жодне з положень розділу Цивільного Кодексу України про комерційну концесію не регламентує найбільш "критичний" етап відносин майбутніх сторін – переддоговірний етап, у тому числі вимоги щодо розкриття інформації про запропоновані франчайзером до продажу комплексу виключних прав. Фактично користувач має купувати нечіткі обіцянки правовласників. Відсутність таких норм є важливою передумовою для розквіту шахрайства й обману з боку помилкових правовласників.

Незважаючи на стримуючі фактори франчайзингу, можна спостерігати явище збільшення кількості підприємств-франчайзерів протягом 10-ти років (2009-2019 рр.) [13]. Динаміка кількості франчайзингів України представлена на рис. 2.

Аналіз діаграми на рис. 2 показує, кількість договорів франчайзингу поступово збільшується, незважаючи на стримуючі фактори, у 2019 році він охоплює 504 франчайзерів. Станом на 2009, 2014-2017рр. кількість підприємств зменшилася, це пояснюється подіями, що відбулись відповідно у кризові роки.

Сьогодні в Україні близько 25% бізнесу працює за франчайзингом, для порівняння в Європі – 67%, у США – 80%. Найпоширеніший запит у цьому році на

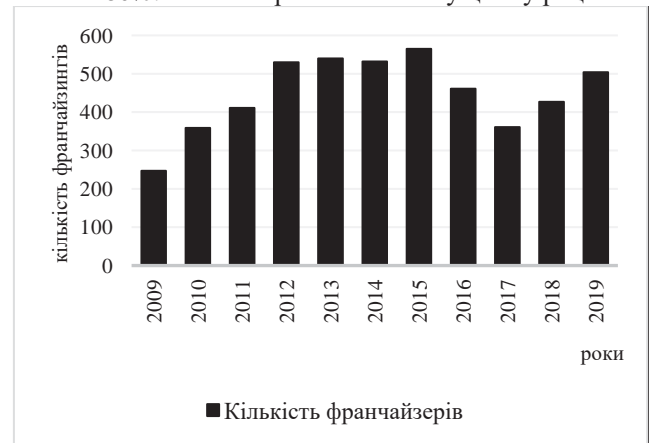


Рис. 2 - Динаміка кількості франчайзингів України  
Джерело: складено авторами на основі джерела [8]

франшизи в Україні – від 6 до 10 тис. дол. За даними експертів Федерації розвитку франчайзингу, гостинності та інфраструктури України, в Україні спостерігається висока перспективність галузевого розвитку за системою франчайзингу: 27 галузей мають своїх інвесторів, але не мають достатньої кількості франчайзерів. У структурі українського ринку франчайзингу громадське харчування займає 30%, роздрібна торгівля – 35%, сегмент послуг – 22% та 13% – інші галузі (див. рис. 3).



Рис. 3 - Структура українського ринку франчайзингу за сферами економіки, %

Джерело: складено авторами на основі джерела [7]

У 2016 р. кількість франшиз сягнула понад 600, з яких близько 100 відповідають міжнародним стандартам. Ринок українських франшиз представлений такими відомими брендами, як «Піца Челентано», «Франс.уа», «Львівські круасани», «Перша пекарня», «Наша Ряба», «Наш Край» тощо. Всього в Україні, за даними компанії «Франч», станом на 2018 рік зафіксовано 1186 франчайзингових пропозицій. Найбільша кількість франшиз – у сегменті роздрібно торгівлі (423 франшизи), на другому місці – громадське харчування (210) та послуги для бізнесу (151), непогані показники також у сфері краси і здоров'я (75) і дитячих брендів (71 франшиза) [13].

Частка українських франшиз за останні 3 роки продовжує стабільно збільшуватися, а саме з 268 одиниць до 390 відповідно, що свідчить про розвиток саме українського франчайзингу (див. рис. 4).

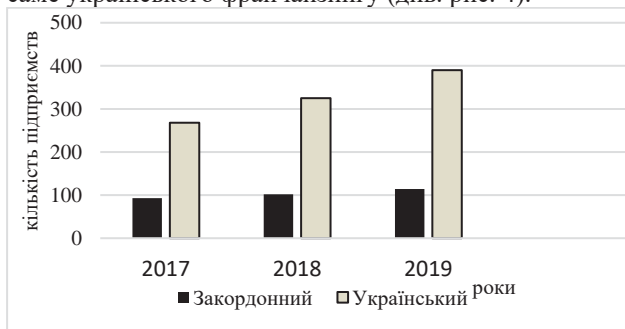


Рис. 4 - Порівняння динаміки кількості підприємств закордонного та українського франчайзингу  
Джерело: складено авторами на основі джерела [9]

Серед європейських франчайзингових мереж, представлених на українському ринку, найбільша частка належить німецьким, польським та португальським торговим маркам [14].

Бізнес постійно розвивається і на певному етапі логічним стає міжнародний франчайзинг [15]. Франчайзинг є каналом розширення зарубіжних зав'язків, визнається також як єдиний спосіб виходу на зарубіжні ринки. Вихід на зарубіжні ринки формує більші можливості прибутків, створює світове ім'я. Різні ринки є сприйнятими для різних сфер діяльності. Є універсальні бізнес-ідеї у більшості країн. Вибір правильної франшизної ніші є важливим для успішного виходу на ринок. Розвиток глобальних франшиз визначив свої країни-лідери в експорті готових рішень для бізнесу. Розвиток ринку у міжнародному масштабі пов'язують з зростанням середнього класу. Вимоги забезпечення ефективності діяльності за кордоном мажуть визначити зміну концепції або стратегії бізнесу для іноземного ринку. Успіх визнаватиме також франчайзинговий договір, навчання і платежі. Кожний новий контракт з іноземними франчайзі потребує адаптації франшизи. Робота на зарубіжних ринках передбачає відповідність продукції і послуг локальним нормам регулювання. Торговий знак і інші атрибути франчайзингової мережі необхідно реєструвати на міжнародному рівні. Вихід франшизи на міжнародний рівень може супроводжувати спеціалізована фірма. Проходження добровільної сертифікації дозволяє захистити інтелектуальну власність, надає додаткову конкурентну перевагу, з тим щоб зробити продукт інтернаціональним, легко масштабуємим і в інших країнах.

**Висновки.** Проведене дослідження підтверджує, що система франчайзингу є однією з найефективніших моделей бізнесу, він показує свою ефективність у багатьох країнах світу, висока адаптивність концепції франчайзингу і соціальна спрямованість визначає низку його переваг перед іншими бізнес-моделями, також він має потенціал розвитку і продовжує знаходити своє застосування у різних сферах бізнесу, отримує позитивні прогнози експертів щодо подальшого його розвитку в майбутньому. Забезпечення соціально-економічного ефекту у розвитку країни через поширення франчайзингу

як ефективної бізнес-моделі має для України пріоритетне значення.

Таким чином, провівши аналіз стану та перспектив розвитку франчайзингових відносин в Україні, можемо сказати, що зараз наша держава має досить широкі можливості для створення й розширення франчайзингового бізнесу. Серед них, слід назвати такі:

1) Достатня кількість підприємств, котрі готові купувати право на продаж продукту (послуг) організації бізнесу. Вони мають для цього капітал, володіють власними (орендованими) торговельними площами.

2) Створення установ, що сприяють діяльності франчайзерів, зокрема бірж, банків, інвестиційних фондів.

3) Досить велика кількість споживачів, які зацікавлені у придбанні як вітчизняних, так і зарубіжних товарів та послуг відомих торгових марок, якість яких перевірена часом і досвідом.

4) Найперспективнішими напрямками франчайзингу в Україні, крім послуг, торгівлі та громадського харчування, мають стати будівництво, готельний бізнес, автосервіс. Значний потенціал закладено у сфері відпочинку, культури, охорони здоров'я, рекреаційних послуг тощо.

Законодавче і нормативно-правове забезпечення франчайзингової діяльності в Україні є ще недосконалим. Нині у цій сфері суттєвих змін не відбулося, за винятком того, що уже чимало представників органів державного управління розуміють термін «франчайзинг» та з цікавістю розглядають можливості для розвитку галузей економіки за даною моделлю. У свою чергу, це вимагає розробки і ухвалення спеціальних документів (з урахуванням світового досвіду), які б унормували взаємодію суб'єктів франчайзингових відносин. Особливої уваги потребує сфера державної інвестиційної політики та державного регулювання її реалізацією через те, що франчайзингова діяльність впливає на інвестиційну безпеку держави.

Світовим трендом у розвитку франчайзингових мереж є все більше їх розгалуження та зростання економічної ваги. Зусилля держави сьогодні мають спрямовуватися на усунення перешкод, що існують на шляху формування та ефективного функціонування франчайзингових мереж, насамперед у законодавчій та фінансовій сферах. Зарубіжна практика показує, що франчайзинговий спосіб організації та розвитку міжнародного бізнесу активно використовується в багатьох країнах світу. Це пов'язано з тим, що франчайзинг істотно скорочує ризики, пов'язані зі створенням нової справи. Франчайзер (продавець франшизи) не вкладає в розвиток мережі власні кошти, при цьому має можливість отримувати від її роботи дохід, у свою чергу, франчайзі (покупець франшизи) використовує досвід і підтримку свого партнера, купивши продуману і перевірену схему бізнесу.

Динамічному розвитку франчайзингу і позитивному впливу його на економіку сприятимуть: стимулюючі заходи розвитку міжнародного франчайзингу, впровадження передової правової бази з регулювання франчайзингової діяльності, розвиток франчайзингу в межах урядових і регіональних програм підтримки бізнесу, створення і розвиток мережі

консультаційних центрів з франчайзингу, проведення виставок семінарів, конференцій з питань франчайзингу.

#### Список літератури

1. Зимина Л. Ю. *Организация бизнеса на основе франчайзинга: [учебное пособие]*. У.: УлГУ, 2009. 67 с.
2. Кузьмін О.С., Мирончук Т.В., Салата І.З., Марчук Л.В. *Франчайзинг: [навчальний посібник]*. К.: Знання, 2011. 267 с.
3. Варналій З.С. *Основи підприємницької діяльності* / З.С. Варналій, В.О. Сизоненко. К.: Знання України, 2004. 404с.
4. Варналій З.С. *Конкуренція і підприємництво: [монографія]* / З.С. Варналій. К.: Знання України, 2015. 463 с.
5. Виноградська А. *Франчайзинг. Основи підприємницької діяльності*. К.: Центр навчальної літератури, 2004. 601 с.
6. Корольчук О.П. Умови розвитку франчайзингу в Україні / О.П. Корольчук. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. Економічні науки*. 2010. Вип.3 (39). С. 15–20.
7. Тошина Н.М. *Новітній маркетинговий напрямок в бізнесі: франчайзинг та його особливості* / Н.М. Тошина. [Електронний ресурс] URL: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/biznes/2009\\_2/2009/02/090230.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/biznes/2009_2/2009/02/090230.pdf)
8. *Франчайзинг в Україні. Асоціація франчайзингу в Україні*. [Електронний ресурс] URL: <http://www.franchising.org.ua/>
9. Говорущко Т.А., Тимченко О.І. *Малий бізнес*. К.: Центр учбової літератури, 2006. 200 с.
10. Синіговець О.М. Інноваційні стратегії міжнародного бізнесу в умовах інтеграції та глобалізації економіки. *Перспективи міжнародних економічних відносин України на шляху євроінтеграції: [кол. монографія]* / За ред. І. М. Посохова, П. Г. Перерви, О. Д. Матросова, В. Г. Дюжева, В. О. Матросової. Харків : НТУ «ХПІ», 2016. С. 109-130.
11. Синіговець О.М. Організаційна культура інноваційних підприємств / О.М. Синіговець. *Вісник Національного технічного університету "Харківський політехнічний інститут" (економічні науки)*: зб. наук. пр. Харків: НТУ «ХПІ», 2018. № 37 (1313). С. 57-61.
12. Кузьмін Є.О. *Франчайзинг: [навчальний посібник]* / Є.О. Кузьмін, Т.В. Мирончук, І.З. Салата, Л.В. Марчук. К.: Знання, 2001. 267 с.
13. Перелік популярних франшиз в Україні та їх характеристика. Аналітичний звіт про ринок франчайзингу 2018–2019. *Офіційний сайт компанії "Franchise Group". Каталог франшиз*. [Електронний ресурс] URL: <https://franchisegroup.com.ua>
14. Галушка Є.О. *Особливості та перспективи розвитку франчайзингу в Україні*. [Електронний ресурс] URL: [http://chteiknteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2011/v2/NV-2011-V2\\_9.pdf](http://chteiknteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2011/v2/NV-2011-V2_9.pdf)
15. Sunigovets O., The competitiveness of innovation systems. *Proceedings of the 3rd International scientific congress of scientists of Europe*. Premier Publishing s.r.o. Vienna, 2019. Pp. 653 – 661.

#### References (transliterated)

1. Zimina L.Yu. *Organizatsiya biznesa na osnove franchayzinga* [Business organization based on franchising]: [uchebnoe posobie]. U.: UIGU, 2009. 67 p.
2. Kuz'min O.Ye., Myronchuk T.V., Salata I.Z., Marchuk L.V. *Franchayzinh: [navchal'nyy posibnyk]*. [Franchising: [tutorial]]. Kiev: Znannya, 2011. 267 p.
3. Varnaliy Z.S. *Osnovy pidpryyemnyts'koyi diyal'nosti* [Fundamentals of entrepreneurial activity] / Z.S. Varnaliy, V.O. Syzonenko. Kiev.: Znannya Ukrainy, 2004. 404 p.
4. Varnaliy Z.S. *Konkurentsya i pidpryyemnyts'tvo: [monografiya]* [Competition and entrepreneurship: [monograph]] / Z.S. Varnaliy. Kiev: Znannya Ukrainy, 2015. 463 p.
5. Vynohrads'ka A. *Franchayzinh. Osnovy pidpryyemnyts'koyi diyal'nosti* [Franchising. Fundamentals of entrepreneurial activity] / Kiev: Tsentr navchal'noyi literatury, 2004. 601 p.
6. Korol'chuk O.P. *Umovy rozvytku franchayzynyh v Ukraini* [Conditions for the development of franchising in Ukraine] / O.P. Korolchuk. *Visnyk Chernivets'koho torhovel'no-ekonomichnoho instytutu. Ekonomichni nauky*. [Bulletin of the Chernivtsi Trade and Economic Institute. Economic sciences]. 2010. Vyp.3(39). pp. 15-20.
7. Toshyna N.M. *Novitniy marketynhovyy napryamok v biznesi: franchayzinh ta yoho osoblyvosti* [The latest marketing direction in business: franchising and its features] / N.M. Toshyna. Available at: [http://www.nbu.gov.ua/portal/soc\\_gum/biznes/2009\\_2/2009/02/090230.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/biznes/2009_2/2009/02/090230.pdf)
8. *Franchayzinh v Ukraini. Asotsiatsiya franchayzynyh v Ukraini* [Franchising in Ukraine, Franchising Association in Ukraine]. Available at: <http://www.franchising.org.ua/>
9. Hovorushko T.A., Tymchenko O.I. *Malyy biznes* [Small business]. Kiev: Tsentr uchbovoyi literatury, 2006. 200 p.
10. Synihovets' O.M. *Innovatsiyni stratehiyi mizhnarodnoho biznesu v umovakh intehtatsiyi ta hlobalizatsiyi ekonomiky* [Innovative strategies of international business in the conditions of integration and globalization of the economy]. *Perspektyvy mizhnarodnykh ekonomichnykh vidnosyn Ukrainy na shlyakhu yevrointehtatsiyi: [kol. monografiya]* [Prospects of international economic relations of Ukraine on the way of European integration. [Coll. Monograph]] / Za red. I.M. Posokhova, P.H. Perervy, O.D. Matrosova, V.H. Dyuzheva, V.O. Matrosovoyi. Kharkiv: NTU "KhPI", 2016. pp.109–130.
11. Synihovets' O.M. *Orhanizatsiynna kul'tura innovatsiynnykh pidpryyemstv* [Organizational culture of an innovative enterprise] / O.M. Synihovets'. *Visnyk Natsional'noho tekhnichnoho universytetu "Kharkivskiy polityekhnichnyy instytut" (ekonomichni nauky)*: zb. nauk. pr. [Bulletin of the National Technical University "KhPI" (economic sciences): a collection of scientific papers] Kharkiv : NTU "KhPI", 2018. no 37 (1313). pp. 57-61.
12. Kuz'min Ye.O. *Franchayzinh: [navchal'nyy posibnyk]* [Franchising: [tutorial]] / Ye.O. Kuz'min, T.V. Myronchuk, I.Z. Salata, L.V. Marchuk. Kiev: Znannya, 2001. 267 p.
13. *Perelik populyarnykh franshyz v Ukraini ta yikh kharakterystyka. Analitichnyy zvit pro rynek franchayzynyh 2018–2019* [List of popular franchises in Ukraine and their characteristics. Analytical report on the franchising market 2018-2019]. *Ofitsiynnyy sayt kompaniyi «Franchise Group»*. *Kataloh franshyz*. [Official site of company «Franchise Group». Franchise catalog]. Available at: <https://franchisegroup.com.ua>
14. Halushka Ye.O. *Osoblyvosti ta perspektyvy rozvytku franchayzynyh v Ukraini* [Features and prospects of franchising development in Ukraine]. Available at: [http://chteiknteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2011/v2/NV-2011-V2\\_9.pdf](http://chteiknteu.cv.ua/herald/content/download/archive/2011/v2/NV-2011-V2_9.pdf)
15. Sunigovets O., The competitiveness of innovation systems. *Proceedings of the 3rd International scientific congress of scientists of Europe*. Premier Publishing s.r.o. Vienna, 2019. pp. 653 – 661.

Надійшло (received) 09.02.2021

#### Відомості про авторів / Сведения об авторах / About the Authors

**Синіговець Ольга Миколаївна (Синиговец Ольга Николаевна, Sunigovets Olga)** – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1623-5798>; e-mail: oms.ukr.kpi@gmail.com

**Конишина Ганна Сергіївна (Конишина Анна Сергеевна, Konshyna Hanna)** – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка кафедри менеджменту інноваційного підприємництва та міжнародних економічних відносин; м. Харків, Україна; e-mail: [annanana24@gmail.com](mailto:annanana24@gmail.com).