

**УДК: 339.187.44:338.486.1**

*Батьковець Н. О.,  
natabatkovets72@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-3003-5039,  
к.е.н., доц., доцент кафедри економіки та маркетингу, ВСП Навчально-науковий Інститут підприємництва та перспективних технологій, Національний університет “Львівська Політехніка”, м. Львів*

*Пасок С. Н.,  
sofiapasok1@gmail.com,  
бакалавр, Інститут підприємництва та перспективних технологій, Національний університет “Львівська Політехніка”, м. Львів*

## **РИНОК ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ПОСЛУГ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ**

***Анотація.** Незважаючи на досить небагатий досвід функціонування суб'єктів франчайзингового ринку, він став важливою частиною в системі економічних відносин нашої країни. Матеріал, який розміщений у статті, стосується дослідження стану ринку франчайзингових послуг в Україні та узагальнення вузьких місць щодо його розвитку. У статті наведено ряд принципів франчайзингу, дотримання яких суб'єктами взаємодії є обов'язковим та визначає змістовну унікальність дистанційного бізнесу. В процесі аналізу охарактеризовано походження франчайзингових брендів в Україні, питома вага яких суттєво вища серед вітчизняних франчайзингових проектів. Дослідження, проведені Міжнародною франчайзинговою асоціацією, демонструють очевидний факт: франчайзинг набирає обертів в Україні, визначальним фактом є інформація про зростання частки саме українських франшиз. Наведено найвідоміші українські франшизи, які не тільки мають відомі бренди, але є лідерами франчайзингового ринку. Розглянуто пакет франшизи як необхідний елемент онлайн-бізнесу та процедуру впровадження “ідеї” на ринок із перевіреною фінансовою моделлю. В статті наведено динаміку зростання кількості франчайзерів в Україні, попри позитивні характеристики та чіткі вигоди цієї моделі бізнесу, систематизовано ряд недоліків. Доведено, що франчайзинг дає можливість скористатися вигодою не лише власникам бізнесу, але й потенційним покупцям. Розширюється можливість доступу до товарів та послуг відомих торгових марок, важливо, що іноземні підприємства також знаходять свою нішу, збільшуючи кількість робочих місць та забезпечуючи розвиток інфраструктури території.*

**Ключові слова:** франчайзинг, франчайзинговий пакет, франчайзинговий ринок, франчайзер, франчайзі, роялті, бізнес.

*Batkovets N. O.,  
natabatkovets72@gmail.com, ORCID ID: 0000-0003-3003-5039,  
Ph.D, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics and Marketing,  
Educational-Scientific Institute of Entrepreneurship and Advanced Technologies, “Lviv Polytechnic”  
National University, Lviv*

*Pasok S. N.,  
sofiapasok1@gmail.com,  
Bachelor's degree student, Educational-Scientific Institute of Entrepreneurship and Advanced Technologies,  
“Lviv Polytechnic” National University, Lviv*

## **FRANCHISING SERVICES MARKET AND PROSPECTS OF ITS DEVELOPMENT**

***Abstract.** Despite the rather limited experience of the functioning of franchise market entities, it has become an important part of the system of economic relations of our country. The material presented in the article concerns the study of the state of the franchise services market in Ukraine and the generalization of shortcomings in its development. The article presents a number of principles of franchising, compliance with which for subjects of interaction are mandatory and determine the content uniqueness of distance business. The analysis characterizes the origin of franchise brands in Ukraine, the share of which is significantly higher among domestic franchise projects. According to research conducted by the International Franchising Association, it is obvious that franchising is gaining momentum in Ukraine, the determining fact is the information about the growing share of Ukrainian franchises. The most famous Ukrainian fran-*

*chises are listed, which not only have well-known brands, but are leaders in the franchise market. The franchise package is considered as a necessary element of online business and the procedure for introducing the "idea" to the market with a proven financial model. The article presents the dynamics of growth in the number of franchisors in Ukraine, however despite the positive characteristics and clear benefits of this business model, systematizes a number of shortcomings. It has been proven that franchising provides an opportunity to benefit not only business owners, but also potential buyers. The possibility of access to goods and services of well-known brands is expanding, it is important that foreign enterprises also find their niche, increasing the number of jobs and ensuring the development of the territory's infrastructure.*

**Key words:** franchising, franchise package, franchise market, franchisor, franchisees, royalties, business.

**JEL Classification:** L10

**DOI:** <https://doi.org/10.36477/2522-1205-2022-68-18>

**Постановка проблеми.** Сучасні моделі бізнесу набувають в Україні все більшої популярності та прихильності як суб'єктів підприємницької діяльності, так і споживачів. Незважаючи на досить небагатий досвід функціонування суб'єктів франчайзингового ринку, він став стабільною частиною в системі економічних відносин нашої країни. Збалансований розвиток певного сектора ринку потребує усвідомлення низки структуроутворюючих складових, які визначають довіру до товарів та послуг та формують стале відношення споживачів.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Проблеми розвитку та становлення ринку франчайзингового бізнесу розглядаються у працях як вітчизняних, так і зарубіжних вчених та практиків, а саме над вивченням цього питання працюють: Ж. Ламбен, Ф. Котлер, Ф. Росса, С. Шейн, В. В. Дергачова, Л. М. Побоченко, Н. А. Ковальчук, Н. В. Безрукова, О. Є. Кузьміна, О. П. Корольчук, А. К. Костюк, І. В. Рикова, М. О. Тонюк, В. В. Шкромада та ін.

У них пояснені зміст франчайзингу як сучасної моделі ведення бізнесу, його принципи, структура. Незважаючи на велику кількість науково-практичних досліджень франчайзингу, виникає необхідність систематичного дослідження та аналізу чинників та факторів, які впливають на розвиток франчайзингу в Україні.

**Постановка завдання.** Метою статті визначено узагальнення основних базових позицій та пріоритетів розвитку франчайзингу в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Як традиційно прийнято вважати, "франчайзинг" – це бізнес, що реалізовується під чужою вивіскою та є шляхом до отримання прибутку. Ризик зазнати невдачі у веденні бізнесу завдяки франчайзингу істотно менший. Саме ця схема зменшує ризик банкрутства та гарантує більшу кількість клієнтів. Наважившись на співпрацю за принципом франчайзингу, обидві сторони підписують угоду, що надає їм взаємні права та обов'язки. Основна роль франчайзера полягає в тому, щоб ліцензувати торгову марку та передавати бізнес-знання, а також підтримувати партнера протягом усього терміну дії угоди. Основна відповідальність одержувача франшизи полягає в дотриманні загальних стандартів і відрахувань від плати за франшизу в мережі підприємства.

З висловом "франчайзингова мережа" у споживачів виникає асоціація з ресторанами швидкого харчування, такими як McDonald's, KFS чи Chelentano; хоча вони є прикладами-гігантами франчайзингового ринку, однак ці приклади оточують нас і на нашому вітчизняному ринку і їх насправді набагато більше.

Франчайзинг – це не просто продаж права на використання логотипу чи торгової марки в Інтернеті – це ціла система ведення бізнесу, а іншими словами, готової моделі бізнесу. Слово "система" є ключем до розуміння принципів франчайзингу. Франчайзі можуть покластися на власника бізнес-ідеї для систематичної та постійної підтримки: навчання співробітників, інструменти для допомоги у веденні бізнесу, передача ноу-хау.

Гроші, отримані за купівлю системи бізнесу, використовуються на благо всієї мережі: на маркетингові дослідження, розробку нових продуктів і рекламні кампанії.

Виходячи з сутності об'єкта дослідження, можна сформулювати ряд принципів франчайзингу:

1. Франчайзер є власником торговельної марки та має перевірену бізнес-ідею.

2. Франчайзі керує пунктом під вивіскою франчайзера як незалежний підприємець: його заробітком є прибуток від діяльності.

3. Франчайзі є власником майна, що знаходиться в пункті продажу/надання послуги.

4. Франчайзер передає франчайзі знання того, як власне необхідно вести бізнес.

5. Франчайзі сплачує вартість франшизи, а також періодичні відрахування за користування ноу-хау.

6. Франчайзі часто не має можливості самостійно визначати ціни товарів або послуг у своїй точці.

7. Зазвичай франчайзі має можливість самостійно формувати асортимент, у межах, визначених франчайзером.

8. Принципи співпраці франчайзера і франчайзі регулює франчайзинговий договір, а інструкції, як власне вести діяльність, зібрані в операційному підручнику.

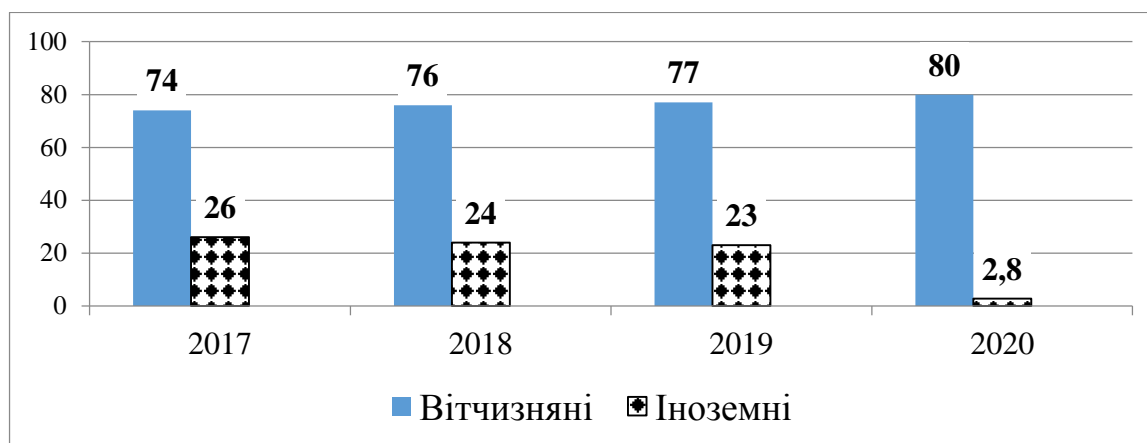


Рис. 1. Походження франчайзингових брендів в Україні [7]

Всі ці принципи життєздатні, незважаючи на економічний вплив пандемії COVID-19. Крім того, експерти прогнозують, що ринок франчайзингу повернеться до свого допандемічного зростання до кінця року. Дані опубліковані в щорічному звіті Міжнародної франчайзингової асоціації (IFA). Через карантин та падіння доходів зайнятість у більшості підприємств впала, близько 940 тисяч людей залишилися без роботи. Експерти вважають, що майже весь економічний збиток, завданий пандемією COVID-19, буде компенсований до 2023 року. Очікується, що франчайзі створять понад 26 000 закладів, а також майже 800 000 нових робочих місць [2].

У країнах із розвинутою економікою дохід франчайзингових компаній становить від кількох відсотків до кількох десятків відсотків ВВП щороку. Щодня споживачі отримують послуги від франчайзингових компаній і купують у франчайзингових магазинах, навіть не помічаючи цього.

Кожен український підприємець, який хоче скористатися цією можливістю розпочати бізнес, може розглянути понад 200 франчайзингових систем, які пропонують приєднатися до мережі. Франчайзинг дозволяє володіти своїм бізнесом під успішним брендом франчайзера. Походження франчайзингових брендів в Україні відображено на рис. 1.

Підприємства, що функціонують в Україні, добре адаптовані до ринкових умов, а сама бізнес-модель враховує місцеві реалії. Близько 30% українських франшиз можуть впевнено конкурувати з будь-якою франшизою в США. Наприклад, ось десять популярних українських франшиз, які не тільки мають відомі бренди, але й охоплюють ринок і, ймовірно, будуть конкурувати з іноземними франчайзерами: Edge: Франшиза для мереж супермаркетів; "Наш край": працює понад 240 торгових закладів, які щомісяця обслуговують понад 5 мільйонів клієнтів; SPAR: одна з перших франчайзингових мереж у світі та найбільша міжнародна асоціація супермаркетів; Good Beer: франшиза розливного пива та спеціалізованих магазинів бару;

Aroma Kava: мережа кав'ярень, що працюють у більш ніж 45 міст України; Львівська майстерня шоколаду: виготовлення шоколадних виробів ручної роботи. Сьогодні Львівська майстерня шоколаду налічує 49 закладів у 24 містах України; Tez Tour: одна з найвідоміших і найбільших туристичних компаній у Східній Європі. Партнерські офіси розташовані майже у всіх великих містах України. "Нова Пошта": лідер ринку логістики та поштового транспорту в Україні; KIMS: найбільша в Україні мережа хімчисток та пралень; ФОРНЕТТІ: в Україні франчайзингова мережа представлена 550 пекарнями [8].

Як відомо, основою кожної франчайзингової системи є пакет франшизи – необхідний елемент ряду онлайн-бізнесів, які пропонують франчайзі. Кожен підприємець, який хоче розвивати мережу за допомогою франчайзингу, повинен розробити пакет франшизи для обслуговування потенційних партнерів. Цей пакет являє собою сукупність елементів, які відображають досвід роботи франчайзера. Найважливішими компонентами пакета франчайзингу є: зареєстрована торгова марка франчайзера, підтримка, що надається франчайзі, і переваги для франчайзі. Такими документами є договори франчайзингу, посібники з експлуатації та фінансові моделі.

Основним і найважливішим документом, що визначає відносини між сторонами, є договір франчайзингу (в Україні також іноді укладаються договори комерційної франшизи). Він є джерелом усіх прав та обов'язків, покладених на франчайзерів та франчайзі.

Найважливішими аспектами передбаченої контрактом співпраці є правила, які визначають можливість використовувати торгову марку франчайзера, а також інші елементи візуальної ідентичності. Важливим моментом є передача "ідеї" від франчайзера, а також різноманітна підтримка на час дії договору. Чим більше розвивається система франчайзингу, тим більше її потрібно розглядати за домовленістю [2].

Важливо зауважити, що в договорі франчайзингу прописані ключові моменти співпраці франчайзера і франчайзі, причому франчайзі має звернути особливу увагу на ключові моменти визначення ціни товарів або послуг у пункті франчайзингу. Оскільки вони зазвичай викликають найбільше непорозумінь і проблем, українське законодавство забороняє франчайзеру встановлювати максимальну або нижчу ціну (якщо укладено договір комерційного франчайзингу), але франчайзер може зробити це на власний розсуд, якщо сторони просто підписують договір про співпрацю. Натомість, щоб франчайзі знав, як виконувати свої обов'язки, він повинен отримати від франчайзера інший документ, так звану інструкцію з експлуатації. По суті, це серія процедур, в яких франчайзер детально описує свою "ідею", досвід і знання про те, як працювати під своїм брендом.

Також у пакеті є третій елемент – фінансова модель, де розвиток франчайзера свідчить про його готовність працювати з франчайзером (скільки потрібно інвестицій). Таку фінансову модель франчайзер повинен опрацювати, спираючись на дійсні фінансові результати роботи власних точок. Звичайно, будь-яка модель побудована на узагальненні та повному згладженні деяких нюансів роботи підприємства.

Основним завданням фінансової моделі є показати потенційним франчайзі реальні фінансові сценарії, що спираються на реальні результати функціонуючих точок, а також визначення реального строку повернення інвестицій.

Оскільки останнім часом на ринку з'являється все більше франчайзингових пропозицій, підприємці постійно думають, чи варто прийняти цю форму розвитку. У певному сенсі перспектива приваблива, тому що дає можливість розвиватися, не ризикуючи і не витрачаючи грошей на створення власного бізнесу.

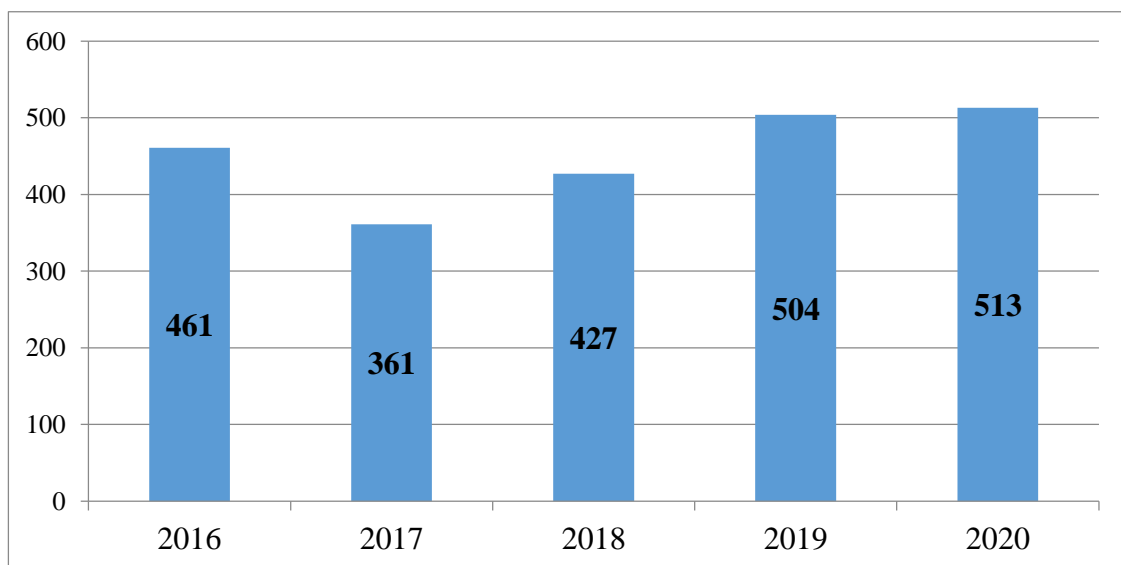
Розмірковуючи про зростання франшизи, потрібно проаналізувати діяльність власного франчайзі, щоб побачити, які переваги він отримає, приєднавшись до мережі. Згідно з принципами франчайзингу франчайзери зобов'язані мати власний досвід. Щоб отримати цей досвід, потрібен хоча б пілотний сайт, який працює не менше року і дає можливість перевірити дизайн, вплив сезонності ринкової конкуренції і чи залежить пропонований продукт від модних тенденцій. Виходячи з власного досвіду, найоб'єктивніше перевірити рентабельність пропонованої концепції [7].

Незважаючи на низький рівень франчайзингу в Україні, за зовнішніми показниками майже щороку спостерігається позитивна тенденція зростання франчайзерів, а ринок франчайзингу приносить величезні переваги українській економіці. Це може стати початком розвитку малих та спільних підприємств, що займаються інноваціями.

Динаміка кількості франчайзерів в Україні відображена на рис. 2.

Попри позитивні характеристики цієї моделі бізнесу, існує ряд недоліків, до яких можна віднести:

- досить висока вартість франшизи;
- необхідність дотримання стандартизованих процедур;
- обмеження, що стосуються закупівель, оскільки франчайзер часто зобов'язує франчайзі купувати устаткування, товари і матеріали у себе або у бажаних йому постачальників;
- обмежений асортимент товарів, згідно з угодою франчайзі може продавати тільки ті товари, які передбачені франшизою;
- франчайзі не має права самостійно продати свою франшизу.



**Рис. 2.** Динаміка кількості франчайзерів в Україні [6]

**Висновки і перспективи подальших досліджень у даному напрямі.** У результаті проведених досліджень нами було встановлено, що на розвиток франчайзингу в Україні значно впливають наступні проблеми:

1. Різного роду фінансово-кредитні операції (ускладненість процедури кредитування малих підприємств).

2. Незахищеність українських франчайзі у франчайзинговій співпраці з іноземними представниками.

3. Значне обмеження розвитку малого бізнесу податковими нормами, внаслідок чого підприємці змушені шукати "обхідні шляхи" у здійсненні платіжних операцій.

4. Недосконалість нормативно-законодавчої бази стосовно франчайзингових відносин [4].

Франчайзинг дає можливість скористатися вигодною не лише власникам бізнесу, але й потенційним покупцям. Розширюється можливість доступу до товарів та послуг відомих торгових марок, важливо, що іноземні підприємства також знаходять свою нішу, збільшуючи кількість робочих місць та забезпечуючи розвиток інфраструктури території.

#### **ЛІТЕРАТУРА**

1. Безрукова Н. В. Міжнародний франчайзинг як форма освоєння світових ринків: особливості розвитку та вплив на світовий валовий продукт. *Економічний простір*. 2016. № 106. С. 16-25.

2. Бізнес. Район. URL: <https://business.rayon.in.ua/>.

3. Добрянська Ю. О. Дослідження сучасного стану франчайзингу в Україні та світі. *Вісник Миkolaївського національного університету імені В.О. Сухомлинського*. 2015. № 7. С. 122-126.

4. Економіка та суспільство. URL: <https://economyandsociety.in.ua/>.

5. Мазуренко В. П. Розвиток франчайзингових відносин у міжнародному бізнесі. URL: <http://journals.uran.ua/nvgeci/article/viewFile/21638/19273>.

6. Ринок франчайзингу в Україні. URL: [http://franchisegroup.com.ua/uk/page/rynok\\_franchajzinga\\_v\\_ukrainei\\_za\\_rubezhomju](http://franchisegroup.com.ua/uk/page/rynok_franchajzinga_v_ukrainei_za_rubezhomju).

7. Франчайзинг. URL: <https://franchising.ua/>.

8. Франчайзингова група. URL: <https://franchisegroup.com.ua/catalog-franchise/>.

#### **REFERENCES**

1. Bezrukova, N. V. (2016), Mizhnarodnyy franchayzinh yak forma osvoyennya svitovykh rynkiv: osoblyvosti rozvytku ta vplyv na svitovyy valovyy produkt, *Ekonomichnyy prostir*, № 106, s. 16-25.

2. Biznes. Rayon, available at: <https://business.rayon.in.ua/>.

3. Dobryanska, YU. O. (2015), Doslidzhennya suchasnoho stanu franchayzinh v Ukrayini ta sviti, *Visnyk Mykolayivskoho natsionalnoho universytetu imeni V.O. Sukhomlyns'koho*, № 7, s. 122-126.

4. Ekonomika ta suspilstvo, available at: <https://economyandsociety.in.ua/>.

5. Mazurenko, V. P. Rozvytok franchayzinhovykh vidnosyn u mizhnarodnomu biznesi, available at: <http://journals.uran.ua/nvgeci/article/viewFile/21638/19273>.

6. Rynok franchayzinh v Ukrayini, available at: [http://franchisegroup.com.ua/uk/page/rynok\\_franchajzinga\\_v\\_ukrainei\\_za\\_rubezhomyu](http://franchisegroup.com.ua/uk/page/rynok_franchajzinga_v_ukrainei_za_rubezhomyu).

7. Franchayzinh, available at: <https://franchising.ua/>.

8. Franchayzinhova hrupa, available at: <https://franchisegroup.com.ua/catalog-franchise/>.

*Стаття надійшла до редакції 02 червня 2022 року*