

## СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-68-1>  
УДК 658:005.591.43

**Бондаренко Н.М.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри статистики, обліку та економічної інформатики,  
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара  
**Савченко Д.В.**

студентка,  
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара

**Bondarenko Natalia, Savchenko Dariia**

Oles Honchar Dnipro National University

### РИНОК ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ

#### MARKET OF FRANCHISING SERVICES IN UKRAINE: ADVANTAGES AND DISADVANTAGES

*Статтю присвячено теоретико-аналітичному огляду ринку франчайзингових послуг в Україні. У ході даного дослідження наведено визначення таких понять, як «франчайзинг» та «договір франчайзингу», охарактеризовано учасників договору франчайзингу. Сформовано завдання та узагальнено діючі джерела стосовно операцій франчайзингу в країні, а також наведено практичні форми та моделі функціонування послуг франчайзингу. З'ясовано, що ринок франчайзингових послуг в Україні є не тільки перспективним напрямом економічної діяльності, а й досить швидко розвивається в умовах сучасної глобалізації. Наведено переваги франчайзингових операцій та їхній вплив на малий та середній бізнес, а також відображено недоліки даної економічної системи у розрізі двох сторін – франшизиста та франчайзі. Запропоновано шляхи поліпшення, а також більш стрімкого розвитку ринку франчайзингових послуг в Україні.*

**Ключові слова:** франчайзинг, договір франчайзингу, франчайзі, франчайзер, франшиза.

*Статья посвящена теоретико-аналитическому обзору рынка франчайзинговых услуг в Украине. В ходе данного исследования было приведено определение таких понятий, как «франчайзинг» и «договор франчайзинга», охарактеризованы участники договора франчайзинга. Сформированы задачи и обобщены действующие источники относительно операций франчайзинга в стране, а также приведены практические формы и модели функционирования услуг франчайзинга. Выяснено, что рынок франчайзинговых услуг в Украине является не только перспективным направлением экономической деятельности, он также достаточно быстро развивается в условиях современной глобализации. Показаны преимущества франчайзинговых операций и их влияние на малый и средний бизнес, а также отражены недостатки данной экономической системы в разрезе двух сторон – франшизиста и франчайзи. Предложены пути улучшения, а также более стремительного развития рынка франчайзинговых услуг в Украине.*

**Ключевые слова:** франчайзинг, договор франчайзинга, франчайзи, франчайзер, франшиза.

*The article is devoted to theoretical and analytical review of the franchising services market in Ukraine. In the course of this study, definitions of such concepts as “franchising” and “franchising agreement” were given, the participants of the franchising agreement were characterized. The tasks and generalizations of existing sources regarding franchising operations in the country are formulated, as well as practical forms and models of functioning of franchising services are presented. The market of franchising services in the world is analyzed, the areas of the highest demand of franchising services in the economic market of Ukraine and their potential and development in the country are determined. Influence of foreign franchises on creation and development of own market of franchising services is determined. It is found that the franchising services market in Ukraine is not only promising as a direction of economic activity, but also is developing rapidly in the conditions of modern globalization. The franchise market focuses not only on the Ukrainian brand, but also on well-known global brands, which is a big incentive to develop its own points. The advantages of franchising operations and their impact on small and medium-sized businesses are presented in the paper, as well as the disadvantages of this economic system in the context of the two sides of the franchisor and the franchisee. Ways to improve and accelerate the development of the franchise services market in Ukraine are suggested. In particular, it was proposed to: review the regulatory framework regarding the mechanism of sale of goods to ensure real competition; creation of a transparent franchising system for control authorities in Ukraine and its elements; to develop in the country a system of privileges for franchising business; ensure that training centers are available to develop a sufficient number of competitively qualified staff. The rather active development of this segment of activity gives hope for franchising to a new level, in case of changes in the legislative base Ukrainian franchises will be able to make themselves in the world market.*

**Key words:** franchise, franchise agreement, franchisee, franchisor, franchise.

**Постановка проблеми.** У період інтеграційного процесу економіки України виникло багато економічних проблем, які потребували пошуку нових ефективних економічних механізмів їх вирішення. Виникнення нових прогресивних ідей має взаємозалежний зв'язок зі стабільністю економіки та розвинутим ринком малого і середнього бізнесу. Цей сегмент підприємств знаходиться на стадії розвитку, а особливо у кризовий економічний період потребує підтримки великого бізнесу. Серед таких механізмів підтримки можна виділити франчайзинг.

Сьогодні в Україні функціонує понад 22 тис франчайзингових точок, а це означає, що ринок франчайзингових послуг бурхливо зростає. Навіть у кризовий економічний період франчайзинг позитивно вплинув на розвиток бізнесу, адже допоміг розширити межі у підприємстві національних суб'єктів господарювання, надав можливості до участі підприємств у вже готовому бізнесі, надав певний досвід із залучення нової клієнтської бази, а також накопичення та отримання прибутку з меншими ризиками та зусиллями. Проте мінімізація витрат та зведені до мінімуму ризики у веденні бізнесу не надають повної гарантії та мають певну низку недоліків.

Тому необхідно зазначити, що ринок франчайзингових послуг має низку як переваг, так недоліків, що, своєю чергою, підкреслює науково-практичне значення даного дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням та вивченням питання послуг франчайзингу на економічному ринку України займалися як закордонні вчені: А. Панфілова, Я. Мюррей, Д. Суворя, Ж. Дельтей, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, М. Мендельсон, так і вітчизняні науковці: В. Осецький, А.М. Магомедова, А. Цират, В.І. Терехова, О. Микитюк, які розкрили суть понять «франчайзинг» та «франчайзингові відносини», висвітлили основні особливості та різні підходи до формування класифікаційної ознаки франчайзингу, показали переваги та недоліки розвитку франчайзингових операцій в умовах бізнесу. Але стосовно ринку франчайзингових послуг в Україні це питання є актуальним та відкритим, а також потребує подальшого вивчення й аналізу.

**Мета статті** полягає у дослідженні теоретико-аналітичних аспектів ринку франчайзингових послуг та визначенні основних переваг і недоліків цих послуг в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** В умовах сьогодення світ доволі швидко розвивається, час створення нових технологій та нових інновацій став часом для розвитку нових напрямів та інструментів регулювання бізнесу різних форм. Одним із таких інструментів став франчайзинг.

Міжнародна асоціація франчайзингу трактує поняття «франчайзинг» як систему перманентних відносин, що встановлюються між франчайзером та франчайзі, у результаті яких знання, імідж, успіхи та методи виробництва й маркетинг пропонуються франчайзі в обмін на взаємне задоволення інтересів [6].

Тобто можна сказати, що франчайзинг є формою співпраці між сторонами юридичними та фінансово незалежними, одна з представлених сторін (франчайзер), що має у свої власності успішний бізнес, відому торгову марку, ноу-хау, а також нематеріальні активи та певну репутацію, комерційні таємниці, може надати у право користування на певних договірних умовах другій стороні (франчайзі).

Договір франчайзингу (комерційної концесії), як правило, укладається між двома сторонами: франчайзером (правоволодівець, франшизодавець) та франчайзі (користувач, франшизоотримувач).

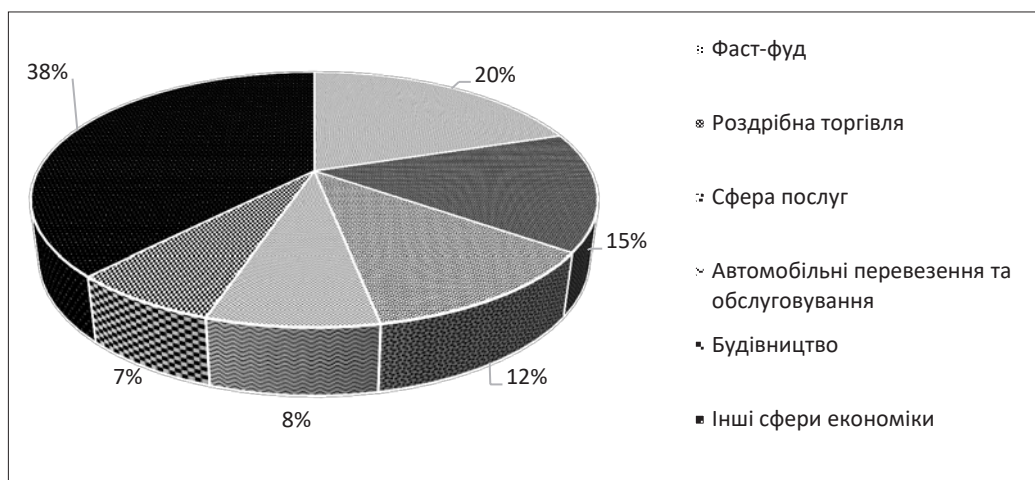
Франчайзер (франшизіар) являє собою компанію або фірму, яка видає ліцензію чи передає в право користування свій товарний знак, ноу-хау й операційні системи. Франшизіар є творцем успішного продукту або послуги, займається дослідженням та розвитком власного бізнесу та інвестує гроші на розвиток бізнесу, створює так званий «бренд». Після успішного становлення на ринку цієї фірми або компанії вона може пропонувати послуги купівлі франшизи.

Франчайзі (франшизіат) являє собою людину або суб'єкт господарювання, що купує послуги франшизи та виплачує роялті (сервісну плату) за її використання. Інвестує кошти на створення бізнесу сам франчайзі. Приймає на себе обов'язки з виплати щомісячного внеску за право користування франшизою та інше, що надає франчайзер.

Франчайзинг став однією зі сходинок на шляху до поліпшення економічної ситуації за допомогою становлення малого бізнесу у різних краях світу. Про це свідчать дані ВВП розвинутих країн світу: понад 50% припадає тільки на малий бізнес, тоді як в Україні у структурі ВВП малий бізнес становить лише 15–16%. Це пов'язано з тим, що у країнах пострадянського простору, зокрема в Україні, франчайзинг почав розвиватися з початку 80-х років минулого століття, тоді ж як у світовій практиці такий спосіб розвитку підприємництва почали застосовувати понад 150 років тому. На початку франчайзинг набув розвитку у США в таких трьох галузях промисловості, як фармацевтична, автомобілебудування та виробництво напоїв, а пізніше лідерство на ринку франчайзингових послуг здобули ресторани швидкої їжі [9; 10].

Сьогодні ринок франчайзингових послуг у світі розширив межі діяльності, свою співпрацю пропонують:

- сфера послуг автосервісу та автомобільної промисловості;
- сфера надання послуг із ведення бізнесу у секторі економіки;
- сфера будівництва;
- сфера освітніх послуг;
- сфера відпочинку та розваг;
- сфера обслуговування;
- сфера б'юти-індустрії та фармацевтики;
- сфера домашнього господарства;
- сфера роздрібною торгівлі;
- сфера ІТ-послуг;



**Рис. 1. Світовий попит економічних сфер на ринку франчайзингу за 2019 р., %**

Джерело: побудовано авторами на основі [5; 4]

– інші види діяльності.

Понад 50% у світі на ринку франчайзингових послуг займає сфера торгівлі, а саме ресторани, заклади фастфуд-харчування, магазини промислових та продовольчих товарів. За даними FRANDATA Corporation, на ринку франчайзингових послуг найбільшим попитом користуються такі сфери (рис. 1).

Найбільшої популярності франчайзинг здобув саме у США, за договором комерційної концесії там працює 80%, тоді як у Європі – 67%, а в Україні – лише 23%. Такий активний розвиток франчайзингових послуг у США перенаситив внутрішній ринок, що сприяло виходу франчайзингових організацій на світовий ринок для пошуку неформальних місць на ринку інших країн.

За даними американського джерела FRANDATA, очікується, що ринок франчайзингових послуг у США у 2020 р. буде тільки зростати та набирати обертів, число франчайзингових підприємств та організацій зросте на 1,5%, до 785 316 тис заявок, незважаючи на невизначеність економіки. Очікується, що економічний результат франчайзингових підприємств буде рости швидше, ніж економіка країни у цілому, серед різних галузей найбільш стрімкий ріст матимуть сфера персональних послуг і сфера обслуговування та ресторани [2].

Про популярність цих сфер також говорить сформований Top Global Franchises Ranking станом на 2019 р., до першої десятки якого входять такі франшизи (табл. 2).

З рейтингу (Топ-500) світових франшиз на ринку України фігурують такі, як KFC US LLC, McDonald's, Groupe Auchan, Domino's Pizza, а це говорить про те, що український ринок має великий потенціал для розвитку франчайзингу.

Провівши аналіз економічного ринку України, можна зазначити, що ринок франчайзингових послуг активно зростає. Про це нам свідчать проведені аналітичні дослідження за статистичними даними рис. 2.

Наведені аналітичні дані говорять про те, що спостерігається зростання ринку послуг франчайзингу в 2019 р. на 18% порівняно з попереднім аналітичним роком. Таке збільшення сприяло увазі іноземних світових брендів, які зацікавлені у розвитку своїх франшиз саме на території України.

Частка українських франшиз також продовжує стабільно збільшуватися, що свідчить саме про розвиток українського франчайзингу, це можна спостерігати за даними аналітичних досліджень (рис. 3).

На українському ринку починає розвиватися системний підхід до формування франшиз у фірмах та

Таблиця 2

**Топ-10 найкращих світових франшиз**

Ранг	Назва франшизи	Країна	Інвестиції
1	KFC US LLC	США	1,4 – 2,8 млн дол.
2	McDonald's	США	1,3– 2,2 млн дол.
3	Pizza Hut LLC	США	357 тис - 2,2 млн дол.
4	7-Eleven Inc.	США	47 тис – 1,3 млн дол.
5	Dairy Queen	США	1,1 – 1,8 млн дол.
6	Dunin'	США	396 тис – 1,6 млн дол.
7	RE/MAX LLC	США	40 тис – 284 тис дол.
8	Baskin-Robbins	США	94 тис – 402 тис дол.
9	Taco Bell	США	526 тис – 3 млн дол.
10	Kumn Math & Reading Centers	США	73 тис – 155 тис дол.

Джерело: розроблено авторами на основі [1]

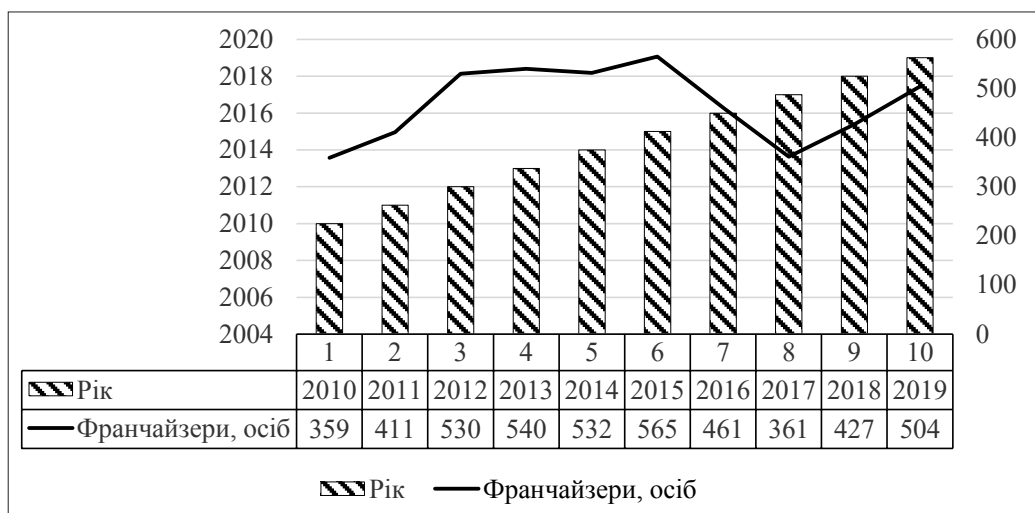


Рис. 2. Динаміка кількості франчайзерів в Україні, осіб

Джерело: побудовано авторами на основі [3]

компаніях, а також франчайзинг використовують уже як стратегію. Розроблення різноманітних франшиз для фірм та компаній дає можливість для появи на ринку праці посади менеджера з франчайзингу.

Сьогодні в Україні налічується 27 галузей, що мають своїх інвесторів та не мають досить великої кількості франчайзерів, які б просували ці галузі, що свідчить про те, що ринок франчайзингових послуг буде й надалі розвиватися.

Створено діючі франчайзингові мережі в таких сферах ділової активності, як ресторанний бізнес, надання різних послуг і роздрібна торгівля та ін. Співпрацю за своєю моделлю франчайзингу Україна може запропонувати більше ніж 550 компаніям. Найбільш популярними діючими франчайзинговими мережами України станом на 2020 р. є франшизи у сфері громадського харчування, у сфері послуг та сфері торгівлі, а також функціонує приблизно 22 тис точок [8].

Однією з популярних франшиз в Україні є мережа ресторанів італійської та японської кухонь MAFIA (паушальний внесок – від € 30000, роялті – 5% від про-

дажів кожен місяць) з окупністю два-три роки, а також увагу варто приділити торговельній мережі NOVUS (без паушального внеску з роялті в розмірі 1% від місячного товарообігу) [7].

До переваг бізнесу на основі франшизи можна віднести таке:

1. Франшиза – бізнес під ключ. Немає необхідності у: складанні бізнес-плану; розробленні концепції бізнесу, проведенні дослідження ринку в пошуках перспективної галузі для ведення бізнесу; вивченні цільової аудиторії, її особливостей та інтересів; завойовуванні репутації компанії, яка досягається роками, а також мінімізується застосування різних методів, процесів для ефективного функціонування бізнесу.

2. Досить відомий бренд на ринку. Споживча прихильність до бренду є вигідною для франчайзі, бо це вже сформована аудиторія.

3. Мінімізація витрат із маркетингових послуг. Економія коштів на рекламній кампанії забезпечує економію коштів франчайзера. Рекламна кампанія великих мереж має свій вплив на маленькі.

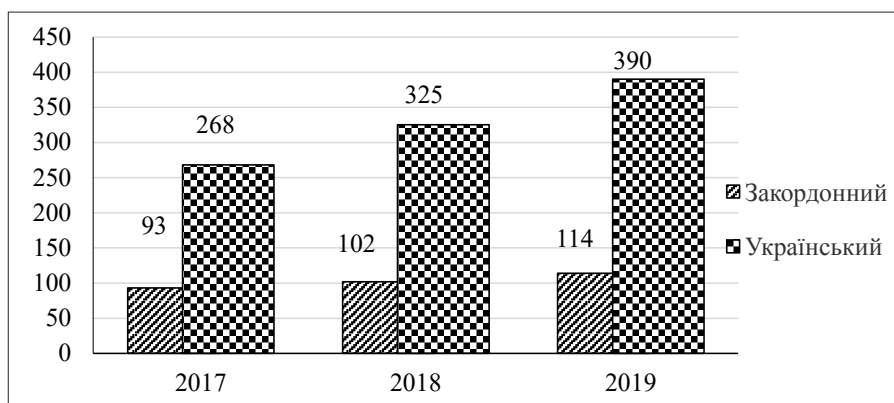


Рис. 3. Динаміка кількості франчайзингових брендів, франшиз

Джерело: побудовано авторами на основі [3]



4. Досить малі витрати на старті. Ризик додаткових витрат під час відкриття такого бізнесу майже нульовий. Знання, досвід та алгоритм дій франчайзер передає франчайзі, а також надає вже прорахований кошторис.

5. Перепідготовка кадрів. Франчайзер має досвід із набору кваліфікованих кадрів. Хороший кваліфікаційний рівень персоналу та розширення спектру знань та навичок є запорукою успішного бізнесу.

6. Консультативна підтримка. Допомога франчайзера, його поради щодо ведення справ у всіх нюансах буде дуже важливою для початківця-підприємця на перших етапах, коли він тільки пізнає особливості галузі. Франчайзинг передбачає постійний партнерський зв'язок, оскільки франчайзер щиро зацікавлений в ефективній роботі, успіху та процвітанні всіх своїх франчайзі.

7. Можливість кредитування. Іноді власник франшизи може стати гарантом під час оформлення кредиту в банківській установі або досить відоме ім'я бренду може надати право на отримання кредиту без застави.

Перелічені вище переваги стосовно франчайзингу як бізнесу сприяють мінімізації ризиків для франчайзі. Подальший розвиток бізнесу за допомогою новітніх технологій, контроль над коливаннями на ринку послуг, а також оптимізація бізнес-процесу часом перетворюють початківця на більш досвідчений рівень.

Окрім переваг, бізнес за франшизою має також низку недоліків:

1. Бізнес у руках власника франшизи. Франчайзер може прийняти рішення про закриття бізнесу, тому необхідно забезпечити нотаріально завірений договір, який регламентує питання термінів використання франшизи, збитки, штрафи та санкції.

2. Неухильне виконання договору. Доволі жорстка регламентація політики компанії по відношенню до клієнтів та роботи з постачальниками, стосовно дизайну закладу та асортименту товару.

3. Контроль із боку франчайзера. Різні перевірки, у тому числі за допомогою таємних покупців, для контролю над дотриманням умов та якістю.

4. Обмеження списку постачальників та умови щодо уникнення конкурентів, а також розірвання договору між франчайзером та франчайзі в односторонньому порядку.

5. Банкрутство компанії-франчайзера. На жаль, в Україні ніхто не застрахований від уникнення збитковості та уникнення економічної кризи.

Дослідивши різні літературні джерела та розглянувши переваги та недоліки франчайзингу як бізнесу, для вирішення проблем доцільно було б переглянути та внести зміни у законодавство, а саме переглянути нормативно-правову базу стосовно механізму реалізації товару для функціонування реальної конкуренції, створення прозорої системи функціонування франчайзингу для органів контролю в Україні та її елементів, а також для забезпечення більш комфортного застосування законодавчих актів для учасників на умовах договору комерційної концесії (франчайзингу); переглянути податкову пільгову систему для франчайзі на початковому етапі, а також розглянути застосування спрощеної системи ведення бухгалтерського обліку на підприємстві, компанії або фірмі для франчайзі; до урядової державної програми включити різні напрями та системи розвитку франчайзингу саме для суб'єктів малого підприємництва, забезпечити наявність навчально-консультаційних центрів франчайзингу не тільки у великих містах України, а й інших містах по всій країні; забезпечити державну підтримку у питаннях захищеності власного бізнесу, перегляду вартості франшизи, а також забезпечити достатньою кількістю кваліфікованого персоналу на ринку з послуг франчайзингу.

**Висновки.** Ринок франчайзингових послуг в Україні є не тільки перспективним як напрям економічної діяльності, він також досить швидко розвивається. Навіть за існування у цій системі певних недоліків слід зазначити, що наша аналітика та статистика є досить оптимістичними, створені франчайзингові нові точки в Україні зазнають менших втрат, аніж світові конкуренти, так, поки відсоток створених точок у країні не сягає 30% ринку. Франчайзинговий ринок зосереджує у собі не тільки український бренд, а й відомі світові бренди, що є досить великим стимулом для розвитку власних точок. Досить активний розвиток цього сегменту діяльності дає надію на вихід франчайзингу на новий рівень, відбудуться зміни у законодавчій базі, а також українські франшизи зможуть завести про себе на світовому ринку.

### Список літератури:

1. Entrepreneur Media, Inc. . Top Global Franchises Ranking, 2019. URL : <https://www.entrepreneur.com/franchises/topglobal/2019/1> (дата звернення: 15.01.2019).
2. Franchise Business Economic Outlook for, 2020. URL : <https://franchiseeconomy.com/assets/26602.pdf> (дата звернення: 06.02.2020).
3. Franchise Group: Аналіз ринку франчайзинга в Україні. URL : <https://franchisegroup.com.ua/ru/about-company/franchising/> (дата звернення: 28.06.2019).
4. Franchise Group: Франчайзинг. URL : <https://franchisegroup.com.ua/ru/about-company/franchising/> (дата звернення: 28.06.2019).
5. FRANDATA Corporation. URL : <https://www.fradata.com> (дата звернення: 28.06.2019).
6. International Franchise Association. URL : <http://www.franchising.org> (дата звернення: вільна).
7. Бізнес за франшизою в Україні: переваги, недоліки та поради з вибору. URL : <https://ag.marketing/biznes-zafranshyzoju-v-ukrayini/> (дата звернення: 07.06.2018).
8. Тарасов В. Лучшие франшизы в Украине в 2020 г. по версии InVenture. URL : <https://inventure.com.ua/analytics/articles/luchshie-franshizy-v-ukraine-v-2019-po-versii-inventure> (дата звернення: 12.05.2019).

9. Глушаченко Н.А. Міжнародний франчайзинговий бізнес. URL : [http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8608/1/term%20paper\\_IE\\_Glushachenko.pdf](http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8608/1/term%20paper_IE_Glushachenko.pdf) (дата звернення: 12.05.2019).

10. Костюк А.К., Дергачова В.В. Перспективи розвитку сучасних підприємств на умовах франчайзингу. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2014. Вип. 8. URL : <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/13945> (дата звернення: 12.05.2019).

#### References:

1. Entrepreneur Media, Inc. . Top Global Franchises Ranking, 2019. Available at: <https://www.entrepreneur.com/franchises/topglobal/2019/1> (accessed: 15.01.2019).

2. Franchise Business Economic Outlook for, 2020. Available at: <https://franchiseeconomy.com/assets/26602.pdf> (accessed: 06.02.2020).

3. Franchise Group: Анализ рынка франчайзинга в Украине. Available at: <https://franchisegroup.com.ua/ru/about-company/franchising/> (accessed: 28.06.2019).

4. Franchise Group: Франчайзинг. Available at: <https://franchisegroup.com.ua/ru/about-company/franchising/> (accessed: 28.06.2019).

5. FRANDATA Corporation. Available at: <https://www.frandata.com> (accessed: 28.06.2019).

6. International Franchise Association. Available at: <http://www.franchising.org> (accessed: 12.05.2019).

7. Business for a franchise in Ukraine: surrender, shortcomings and joy with vibe. Available at: <https://ag.marketing/biznes-za-franshyzoyu-v-ukrayini/> (accessed: 07.06.2018).

8. Tarasov V. (2019) The best franchises in Ukraine in 2020 according to InVenture. Available at: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/luchshie-franshizy-v-ukraine-v-2019-po-versii-inventure> (accessed: 12.05.2019).

9. Glushachenko N.A. (2012) Mizhnarodnyi franchaizynhovyi biznes [International franchising business]. Available at: [http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8608/1/term%20paper\\_IE\\_Glushachenko.pdf](http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8608/1/term%20paper_IE_Glushachenko.pdf). (accessed: 12.05.2019).

10. Kostyuk A.K., Dergachova V.V. (2014) Perspektyvy rozvytku suchasnykh pidpriemstv na umovakh franchaizynhu [Perspectives of development of modern enterprises under franchising]. *Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia*, vol. 8. Available at: <https://ela.kpi.ua/handle/123456789/13945> (accessed: 12.05.2019).