

УДК 339.187.44(447)

DOI: <https://doi.org/10.32840/1814-1161/2019-6-7>

**Кахович Ю.О.**

кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності  
Університету митної справи та фінансів

**Турко О.І.**

студент  
Університету митної справи та фінансів

**Березняк А.В.**

студент  
Університету митної справи та фінансів

**Kakhovich Yulia**

Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor,  
Associate Professor of the Department of management  
Foreign Economic Activity  
University of Customs and Finance

**Turko Olena**

Student  
University of Customs and Finance

**Berezniak Anastasia**

Student  
University of Customs and Finance

## **ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ЕФЕКТИВНА МОДЕЛЬ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ: СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

### **FRANCHISING AS AN EFFECTIVE MODEL OF BUSINESS IN UKRAINE: THE STATE AND THE PROSPECTS OF DEVELOPMENT**

*У статті розглянуто франчайзинг як вид підприємницької діяльності та інструмент організації бізнесу, який вважається одним із найбільш надійних методів ведення малого бізнесу та розширення великих підприємств. Він набув популярності у світі й Україну не оминув стороною. Нині саме франчайзинг забезпечує право працювати під відомим брендом, який вже завоював довіру громадськості й закріпився у свідомості, створює можливості для набуття стійкої позитивної репутації на ринку та вирішує проблеми, пов'язані з розвитком малого бізнесу в Україні, що стосуються передусім фінансування. Проаналізовано франчайзинг як одну з найбільш перспективних форм бізнесу, його сучасний стан, структуру та обсяг. Обґрунтовано місце цієї бізнес-моделі в соціально-економічному розвитку країни. Визначено проблеми та тенденції розвитку. Розроблено низку пропозицій, що сприятимуть ефективному розвитку економіки нашої держави за допомогою франчайзингу.*

**Ключові слова:** франчайзинг, франчайзер, франчайзі, франшиза, роялті, малий бізнес, інвестиції, ЗЕД.

*В статті розглянуто франчайзинг як вид підприємницької діяльності та інструмент організації бізнесу, який вважається одним з найнадійніших методів ведення малого бізнесу та розширення великих підприємств. Він отримав популярність у всьому світі, а в Україні не обійшов стороною. Саме франчайзинг забезпечує право працювати під відомим брендом, який уже завоював довіру суспільства та закріпився в свідомості, створює умови для отримання стійкої позитивної репутації на ринку та вирішує проблеми, пов'язані з розвитком малого бізнесу в Україні, які стосуються насамперед фінансування. Проаналізовано франчайзинг як одну з найбільш перспективних форм бізнесу, його сучасний стан, структуру та обсяг. Обґрунтовано місце цієї бізнес-моделі в соціально-економічному розвитку країни. Визначено проблеми та тенденції розвитку. Розроблено ряд пропозицій, які сприятимуть ефективному розвитку економіки держави за допомогою франчайзингу.*

**Ключові слова:** франчайзинг, франчайзер, франчайзи, франшиза, роялти, малий бізнес, інвестиції, ВЕД.

*Given the current state of competition and limited financial resources, many businesses are forced to seek new types of business in order not to lose their own position in the market. Franchising as a type of business and a tool for business organization is considered one of the reliable methods of doing small business and expanding large enterprises. It gained popularity in the world and did not bypass Ukraine. This is because the basis of the current market economy, on the one hand, are large companies that provide it with sustainable development, and on the other – a small business that competes with big business, is characterized by high adaptability and provides entrepreneurial initiative. At the moment, franchising is the right to operate under a well-known brand that has already gained public confidence and has become entrenched, creates opportunities to gain a stable positive reputation in the market and to solve problems related to small business development in Ukraine, which are primarily related to financing. The article analyzes franchising as one of the more promising forms of business, its current status, structure and volume. Successful areas of franchising business are presented, such as: retail, services, catering and now the hotel business, construction and car service are developing. The dynamics of the development of the franchising market in Ukraine in 2001–2019, the number of own and foreign objects in franchising companies, the origin of franchise brands, and a list of popular franchises are considered. Also listed are factors that impede the growth of this industry and its benefits that domestic entrepreneurs get when opening a business through a franchise. The problem of lack of clear legislation regulating franchise relations among Ukrainians and foreign entrepreneurs has been identified. The place of this business model in the socio-economic development of the country is substantiated. Problems and trends of development are identified. A number of proposals have been developed that will contribute to the effective development of our country's economy through franchising.*

**Keywords:** franchising, franchisor, franchisee, franchise, royalties, small business investments, FEA.

**Постановка проблеми.** Таке явище, як франчайзинг, користується популярністю в усьому світі, проте ще недостатньо розвинуте в Україні. Ця бізнес-модель розвивається динамічно й має велике значення у становленні економіки нашої держави. За допомогою неї зростають розвиток дрібних та середніх підприємств, їхня роль у підприємстві щодо маркетингу, особливостей ринку збуту, конкуренції їх продукції (послуг) тощо. Франшиза володіє низкою переваг перед іншими бізнес-моделями, але потребує більш детального аналізу її реального стану та перспектив розвитку в Україні.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Тематикою формування та розвитку, основами наукового обґрунтування, дослідженнями, присвяченими діловому співробітництву, тобто франчайзингу в різних його аспектах, займалися такі вітчизняні автори, як В.А. Кармазін, Н.С. Косар, Н.Я. Петришин, Л.В. Момот. У їх роботах розкрито сутність франчайзингу як прогресивної форми ведення бізнесу на світовому ринку, особливості процесу формування та здійснення франчайзингових відносин, можливі проблеми реалізації.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на наявність істотних вітчизняних досліджень у сфері франчайзингу та оцінювання ефективності функціонування його як державного сектору економіки України, формуванню ефективного ведення бізнесу за допомогою франшизи приділяється недостатньо уваги. Загалом

розвиток франчайзингу в Україні здебільшого розглядають через призму порівняння з іншими країнами, з огляду на що актуальним залишається питання зростання цієї галузі саме в нашій країні.

Формулювання цілей статті (**постановка завдання**). Метою статті є аналіз сучасного стану франчайзингу в Україні, дослідження його структури, основних суб'єктів, а також визначення основних проблем та перспектив розвитку в майбутньому.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Франчайзинг є одним із засобів організації бізнесу, де власник (франчайзер) передає підприємцю або компанії (франчайзі) право на реалізацію товарів (послуг) цієї компанії в обмін на зобов'язання франчайзі продавати ці товари (послуги).

Франшиза (франчайзинговий пакет) – це бізнес-система, яку франчайзер передає франчайзі. Наявність франшизи дає змогу працювати ефективно навіть за відсутності попереднього досвіду й знань. Залежно від вмісту франшизи виділяються виробничий, товарний, сервісний види франчайзингу та франчайзинг бізнес-формату [1, с. 2].

Франчайзинг популярний через те, що він створює сприятливі умови для розширення мереж збуту товарів (послуг) як на національних, так і на іноземних ринках. В Україні франчайзинг значного поширення набув у сфері громадського харчування, послуг, торгівлі [2, с. 124]. Відповідно до цього розглянемо декілька закладів відповідних галузей франчайзингу (табл. 1).

Перелік популярних франшиз в Україні та їх характеристика

ТМ франчайзингової мережі	Сфера діяльності	Вступний платіж	Роялті	Термін окупності
«Франс.уа»	Громадське харчування	6 000\$	Відсутнє	18 місяців
«Еко-Лавка»	Торгівля	50 000 грн.	3%	6–18 місяців
“Tez Tour”	Послуги	460 000 грн	1%	12–24 місяців
«Ін Тайм»	Логістика	17 500 грн.	Відсутнє	Від 8 місяців
“G.Bar”	Послуги	За домовленістю	5%	20–22 місяців
«Львівська майстерня шоколаду»	Громадське харчування/ майстерня солодощів	15 000 \$	3–8%	6–12 місяців
«Dream Hostel»	Послуги/хостел	60 000 грн.	5%	9–30 місяців

Джерело: розроблено авторами на основі джерела [3]

Перевагами цих закладів є відома товарна марка, якість обслуговування, довіра споживачів та середній розмір роялті (1–8%). Термін окупності цих франшиз складає в середньому від 6 місяців до 2,5 років.

Активного розвитку набув внутрішній франчайзинг, який є своєрідним синтезом вітчизняних підходів до ведення бізнесу й закордонних франчайзингових технологій. Іноземні підприємства присутні на ринку, а для підтримання їх конкурентоспроможності та позицій на ринку вони вкладають капітал у нове будівництво й купівлю виробничих та невиробничих об'єктів.

Нині, з одного боку, іноземні компанії зацікавлені у співпраці з українськими саме в рамках франчайзингу, за якого більша частина витрат здійснюється вітчизняною стороною, а з іншого боку, українські підприємці починають усвідомлювати всі переваги використання відомої торгової марки та відпрацьованої технології ведення бізнесу міжнародних компаній [4, с. 88].

Аналізуючи ситуацію на українському ринку, відзначаємо динамічний розвиток франчайзингу, про що свідчать дослідження, проведені фахівцями компанії “Franchise Group”.

Незважаючи на те, що в Україні мають місце недосконалі законодавча база, брак досвіду, низький рівень кредитування тощо, ринок франчайзингу продовжує активно зростати, а у 2019 р. він охоплює 504 франчайзерів (рис. 1). Окрім цього, зросла кількість світових брендів франчайзерів, які зацікавлені у співпраці з нашою країною.

Також спостерігаються зміни в тенденції розвитку й запуску франчайзингу в мережах. Кількість власних і франчайзингових об'єктів зросла з 3 240 до 5 128 та з 10 450 до 19 035 відповідно (рис. 2).

Істотно збільшилась кількість франшиз серед послуг і ритейлу. Активно розвивається надання послуг у сферах освіти, спорту й логістики. Ритейл продуктової значно виріс за рахунок формату «магазин біля дому», непродуктової ритейл розвивається стабільно (рис. 3).

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 (рис. 4).

Успішне використання в Україні такого бізнесу, як франчайзинг, зростає з кожним роком, однак його розвиток стримується багатьма факторами, основними з яких є:

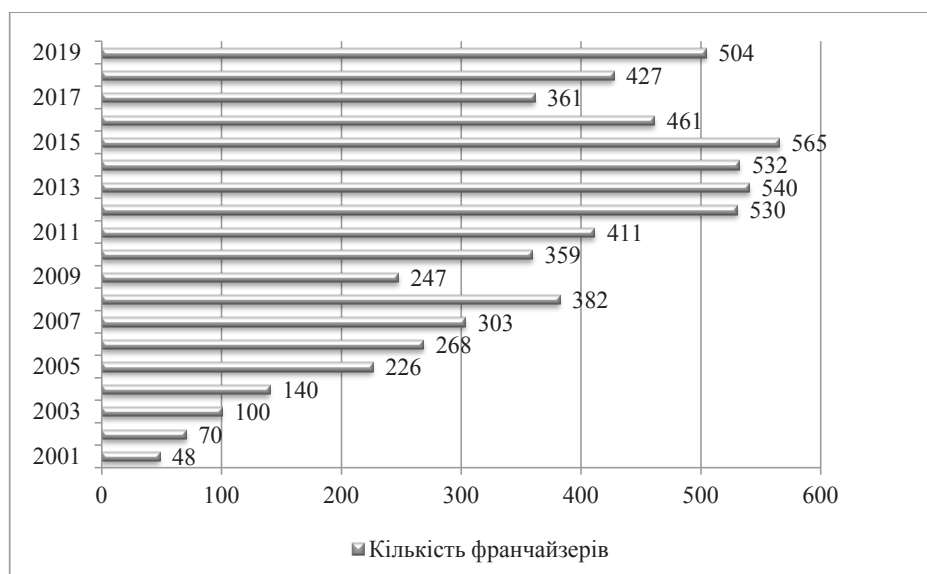


Рис. 1. Динаміка розвитку франчайзингу в Україні за 2001–2019 рр.

Джерело: складено авторами на основі джерела [3]

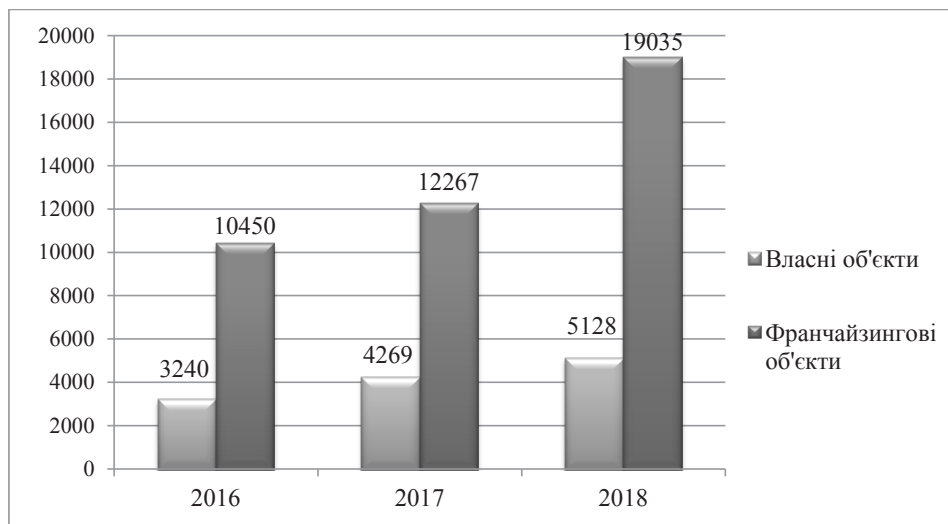


Рис. 2. Кількість власних франчайзингових об'єктів у франчайзингових компаніях за 2016–2018 рр.

Джерело: складено авторами на основі джерела [3]

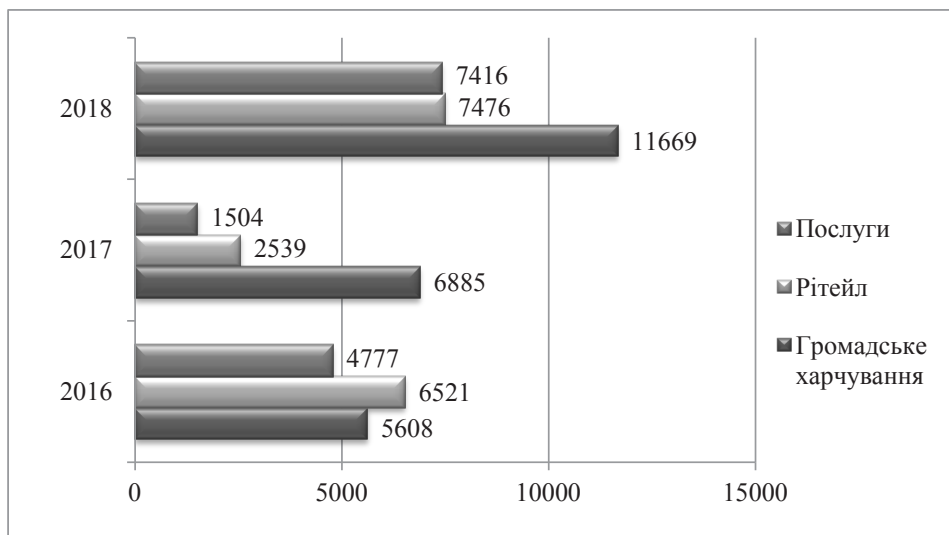


Рис. 3. Кількість власних і франчайзингових об'єктів у розрізі галузей громадського харчування, ритейлу та послуг за 2016–2018 рр.

Джерело: складено авторами на основі джерела [3]

- відсутність у вітчизняних підприємців досвіду роботи в рамках цієї галузі економіки;
- відсутність необхідного стартового капіталу у потенційних франчайзі;
- низький рівень розвитку банківського кредитування франшизи;
- нестабільний розвиток економіки країни;
- нестабільна політична ситуація;
- мала кількість кваліфікованих кадрів та низький рівень знань у цій сфері економіки;
- відсутність детальної інформації про франчайзинг як метод ведення бізнесу;
- відсутність практики апробації бізнесу;
- недобросовісне ставлення до виконання договірних зобов'язань;
- незахищеність українських франчайзі у франчайзинговій співпраці з іноземними представниками;

- обмеження розвитку малого бізнесу податковими нормами;
- відсутність виходу вітчизняних франчайзерів на зарубіжні ринки [3].

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 р. існує лише проєкт Закону України (далі – Проєкт) «Про франчайзинг», який редагувався у 2017 р., але не був реалізований. Відповідно до статті 1 цього законопроєкту, франчайзинг – це підприємницька діяльність, за якою на договірній основі

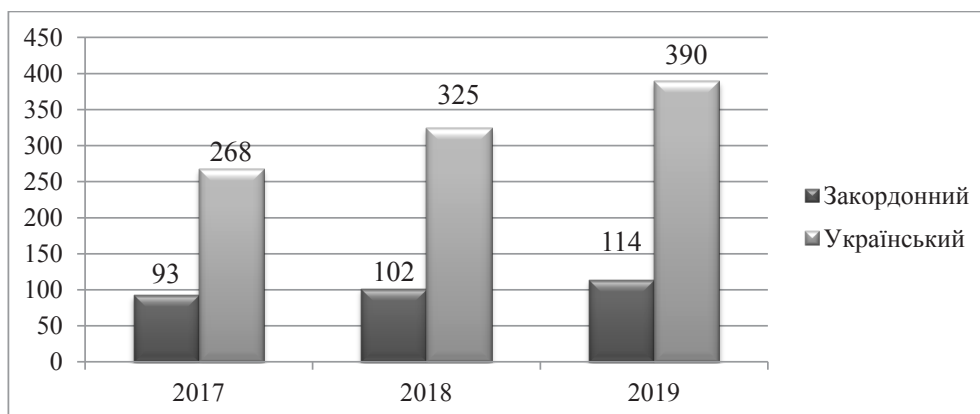


Рис. 4. Походження франчайзингових брендів за 2017–2019 рр.

Джерело: складено авторами на основі джерела [3]

одна сторона (правоволоділець) зобов'язується передати іншій стороні (користувачеві) за винагороду на визначений строк до 3 років комплекс виключних прав на використання (з обов'язковою поміткою «на умовах франчайзингу») знаку для товарів і послуг, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і (або) спеціалізованого обладнання, комерційної інформації, що охороняється законом, а також інших передбачених договором об'єктів виключних прав.

Відповідно до статті 3 Проекту сторонами договору франчайзингу є правоволоділець (франчайзер) та користувач (франчайзі), а стаття 4 цього Проекту свідчить про те, що договір франчайзингу реєструється (з урахуванням вимог антимонопольного законодавства) органом, який проводить реєстрацію юридичної або фізичної особи – суб'єкта підприємницької діяльності, що виступає за договором як правоволоділець.

Якщо правоволоділець зареєстрований як суб'єкт підприємницької діяльності в іноземній державі, реєстрація договору франчайзингу проводиться органом, який зареєстрував юридичну або фізичну особу – суб'єкта підприємницької діяльності, що є користувачем.

У разі недодержання вимоги щодо реєстрації договору франчайзингу вважається недійсним [6].

Необхідно зазначити, що Господарський та Цивільний кодекси, які обумовлюють договір комерційної концесії, приймають його за договір франчайзингу. Однак відзначимо, що зарубіжні та вітчизняні франчайзери, які пропонують франчайзингові пакети в Україні, здебільшого не використовують договір комерційної концесії, бо не вважають його тотожним поняттю «франчайзинг».

Франчайзери дуже обережно ставляться до своїх ноу-хау, оскільки бояться, що франчайзі можуть не виконати норми бізнесу, а це знищить імідж бренду. Франчайзі зі свого боку не готові платити за право користування чужою інтелектуальною власністю [4, с. 89].

Франчайзинг має низку переваг, серед яких слід назвати такі.

1) Успішний стартап починаючого підприємця, адже витрачається мінімум часу й ресурсів, відбуваються швидке зростання, підвищення рівня капіталізації, в результаті чого виходить «готовий бізнес»

з меншим ризиком банкрутства порівняно з відкриттям бізнесу «з нуля».

2) Можливість працювати під ім'ям відомих компаній, використовувати їх репутацію.

3) Реалізація товару (послуги) для більшої кількості споживачів.

Загалом наша держава має велике майбутнє у галузі франчайзингу, адже, розвиваючи його, вона зможе:

- залучити значні іноземні інвестиції в економіку країни;

- значно вплинути на стан безробіття країни, створюючи нові робочі місця;

- поліпшити ставлення до малого та середнього підприємництва країни та підвищити її позитивний вплив на розвиток цих галузей бізнесу;

- створити та освоїти систему практичного навчання для малого та середнього бізнесу, нові технології, ідеї, ноу-хау тощо;

- врегулювати правову систему щодо безпосередньої діяльності суб'єктів франчайзингу країни.

Система франчайзингу є однією з найефективніших моделей ведення підприємництва, яка ще не вичерпала свого потенціалу в економіці та продовжує знаходити клієнтів у різних сферах бізнесу.

**Висновки.** 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 підприємців, котрі готові купувати право на продаж продукту (послуг) організації бізнесу, що надає їм це право. Вони мають для цього капітал, володіють власними (орендованими) торговельними площами.

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

3) Певна користь для споживачів, адже вони отримують доступ до вітчизняних товарів та послуг відомих торгових марок, якість яких перевірена досвідом і часом.

4) Найперспективнішими напрямками франчайзингу в Україні, крім послуг, торгівлі та громадського харчування, мають стати будівництво, готельний бізнес, автосервіс. Значний потенціал закладено у



сфери відпочинку, культури, охорони здоров'я, рекреаційних послуг тощо.

Для активної діяльності франчайзерів в Україні, як українських, так й іноземних підприємців, необхідно перш за все вирішити питання її нормативно-правового регулювання, а саме потрібна законодавча ініціатива з боку влади щодо перегляду проекту Закону України «Про франчайзинг» 2001 р., внесення необхідних змін для його сучасної реалізації або створення нового законопроекту та введення його у дію. Також необхідно вжити таких заходів:

- 1) внесення змін до законів та нормативно-правових актів;
- 2) залучення підтримки малого бізнесу з використанням франчайзингу у програму законопроекту;
- 3) усунення недоліків Податкового кодексу щодо оподаткування роялті;
- 4) забезпечення належного розуміння франчайзингу як процесу франчайзерами й інвесторами;
- 5) забезпечення державної фінансово-кредитної допомоги;
- 6) надання можливості застосування франчайзі спрощеного бухгалтерського обліку;
- 7) вирішення проблеми відсутності виходу вітчизняного франчайзингу на закордонні ринки за допомогою залучення іноземних інвестицій у вітчизняні франчайзингові пакети в найуспішніші галузі франчайзингу України або за допомогою введення нової ніші, яка б зацікавила іноземців задля її інвестування або використання франчайзингового бізнесу;
- 8) орієнтування на потреби споживачів та сегментування зовнішнього й внутрішнього ринків;
- 9) створення мережі освітніх установ, яка б дала змогу покращити рівень підготовки вітчизняних працівників та поповнила інформативну базу у сфері франчайзингу;
- 10) впровадження інформаційних технологій та залучення іноземних інвестицій в Україну.

Така бізнес-модель, як франчайзинг, здійснює значний позитивний вплив на соціально-економічний розвиток України, стимулює розвиток малого бізнесу, сприяє збільшенню зайнятості у сферах надання послуг, виконання робіт та реалізації товарів (послуг). Виходячи з цього, вважаємо, що в Україні слід провести низку важливих реформ для досягнення більш значного соціально-економічного ефекту в розвитку нашої країни.

#### Бібліографічний список:

1. Юхименко В.В., Юхименко Т.В., Кармазін В.А. Франчайзинг як форма кредитування бізнесу в ринкових умовах. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2009. Вип. 3. С. 1–6. URL: [http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/12209/1/2009\\_6\\_4\\_Yukhymenko.pdf](http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/12209/1/2009_6_4_Yukhymenko.pdf) (дата звернення: 02.10.2019).
2. Добрянська Ю.О., П'ясеchna А.В., Косар Н.С. Дослідження сучасного стану франчайзингу в Україні та світі. *Вісник*

*Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського. Серія «Глобальні та національні проблеми економіки»*. 2015. Вип. 7. С. 122–126. URL: <http://global-national.in.ua/archive/7-2015/28.pdf> (дата звернення: 02.10.2019).

3. Перелік популярних франшиз в Україні та їх характеристика. Аналітичний звіт про ринок франчайзингу 2018–2019 // Офіційний сайт компанії “Franchise Group”. Каталог франшиз. URL: <https://franchisegroup.com.ua> (дата звернення: 02.10.2019).
4. Петришин Н.Я., Жежуха В.Й. Франчайзинг в Україні: стан і перспективи розвитку. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Економіка». 2006. С. 87–91. URL: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/29950/1/16\\_87-91.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/29950/1/16_87-91.pdf) (дата звернення: 02.10.2019).
5. Момот Л.В. Глобалізація франчайзингу в Україні. *Економічні науки*. 2018. Вип. 2. Ч. 2. С. 169–173. URL: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_29/2/41.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_29/2/41.pdf) (дата звернення: 02.10.2019).
6. Про франчайзинг : Проект Закону України від 21 грудня 2017 р. № 7430 / Верховна Рада України. URL: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_2?pf3516=7430&skl=9](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=7430&skl=9) (дата звернення: 02.10.2019).

#### References:

1. Yukhymenko V.V., Yukhymenko T.V., Karmazin V.A. (2009) Franchaizynh yak forma kredyтування biznesu v rynkovykh umovakh [Franchising as a form of business lending in market conditions]. *Actual problems of economics and management* (electronic journal), vol. 3, pp. 1–6. Available at: [http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/12209/1/2009\\_6\\_4\\_Yukhymenko.pdf](http://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/12209/1/2009_6_4_Yukhymenko.pdf) (accessed: 02 October 2019).
2. Dobrianska Yu.O., Piasechna A.V., Kosar N.S. (2015) Doslidzhennia suchasnoho stanu franchaizynhu v Ukraini ta sviti. [Research of the current state of franchising in Ukraine and in the world]. *Global and national problems of economics* (electronic journal), vol 7, pp. 122–126. Available at: <http://global-national.in.ua/archive/7-2015/28.pdf> (accessed: 02 October 2019).
3. Ofitsiyniy sait kompanii “Franchise Group” [The official site of Franchise Group]. Katalog franshyz [Catalog of franchises]. *List of popular franchises in Ukraine and their characteristics. Franchise Market Analytical Report 2018–2019*. Available at: <https://franchisegroup.com.ua> (accessed: 02 October 2019).
4. Petryshyn N.Ya., Zhezhukha V.Y. (2006) Franchaizynh v Ukraini: stan i perspektyvy rozvytku [Franchising in Ukraine: the state and prospects of development]. *Lviv Polytechnic National University Institutional Repository* (electronic journal), pp. 87–91. Available at: [http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/29950/1/16\\_87-91.pdf](http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/29950/1/16_87-91.pdf) (accessed: 02 October 2019).
5. Momot L.V. (2018) Hlobalizatsiia franchaizynhu v Ukraini [The Globalization of Franchising in Ukraine]. *Economic sciences* (electronic journal), vol 2, pp. 169–173. Available at: [http://www.ej.kherson.ua/journal/economic\\_29/2/41.pdf](http://www.ej.kherson.ua/journal/economic_29/2/41.pdf) (accessed: 02 October 2019).
6. Pro franchaizynh : Proekt Zakonu Ukrainy vid 21 hrudnia 2017 r. № 7430 / Verkhovna Rada Ukrainy [About franchising: Draft Law of Ukraine of December 21, 2017 № 7430 / The Verkhovna Rada of Ukraine]. Available at: [http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4\\_2?pf3516=7430&skl=9](http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc4_2?pf3516=7430&skl=9) (accessed: 02 October 2019).