



BUSINESS AND TRADE

ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ

УДК 658:330

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ФОРМА ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Вікторія Васюта; Влада Юхно; Аліна Яковлєва

Національний університет «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка», Полтава, Україна

Резюме. Присвячено вивченню та аналізу франчайзингу як ефективного інструменту підприємницької діяльності. Досліджено стан та перспективи розвитку франчайзингової моделі бізнесу в українській економіці. До початку повномасштабного вторгнення росії на територію України ринок франчайзингу динамічно розвивався попри коронакризу практично в усіх секторах економіки. Останніми роками в Україні франчайзинг став найпопулярнішим у сферах побутового обслуговування, громадського харчування та роздрібної торгівлі. Ринок франчайзингу надає велику перевагу для розвитку національної економіки. Розкрито сучасний стан франчайзингу в Україні, його позитивні аспекти та можливості для майбутнього зростання. Це може бути початком розвитку малих і спільних підприємств, які зроблять акцент на інноваційній діяльності. Як і будь-яка форма співпраці, франчайзинг має свої переваги та недоліки, на які треба зважати. Наразі розвиток економіки України є болючим питанням через війну, розв'язану росією. Без активності у сфері економіки повноцінне функціонування держави є неможливим. Внаслідок воєнного конфлікту українські підприємства розпочали розгортатися в Європі, що створює підґрунтя для формування ринку українських франшиз. У безпечніших регіонах України релокований бізнес отримав значний приріст прибутків. Зі стабілізацією ситуації в країні підприємці матимуть можливість відкрити власний бізнес. Загалом, український франчайзинговий бізнес відкриває широкі можливості для подальшого зростання та розвитку. Підприємці, які мають розуміння переваг франчайзингу та вміють ефективно використовувати його потенціал, можуть досягти успіху як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Проте важливо ретельно обирати франчайзі, проводячи детальний аналіз умов угоди перед запуском бізнесу. Незважаючи на існуючі труднощі реалізації франчайзингового проекту, кількість «якісних» франшиз і сумлінних франчайзерів в Україні з кожним роком збільшується. З'являються нові ініціативи, що успішно розвиваються не лише в Україні, а й за її межами. Це вказує на те, що у найближчий період часу франчайзинговий ринок нашої країни перейде на новий етап розвитку.

Ключові слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, ринок франчайзингу, економіка, розвиток, війна.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2024.03.159

Отримано 16.02.2024

UDC 658:330

FRANCHISING AS A FORM OF ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN UKRAINE: REALITIES AND PROSPECTS

Viktoriia Vasiuta; Vlada Yukhno; Alina Yakovlieva

National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic», Poltava, Ukraine

Summary. The article is devoted to the study and analysis of franchising as an effective tool for entrepreneurial activity. The state and prospects for the development of the franchising business model in

the Ukrainian economy have been studied. Before the full-scale invasion of russia into the territory of Ukraine, the franchising market was developing dynamically in almost all sectors of the economy, despite the coronavirus crisis. In recent years, franchising has become the most popular in Ukraine in the field of consumer services, public catering and retail trade. The franchising market provides a great advantage for the development of the national economy. The current state of franchising in Ukraine, its positive aspects and opportunities for future growth are revealed. It can be the beginning of the development of small and joint ventures that will focus on innovation. Like any form of cooperation, franchising has its advantages and disadvantages that need to be taken into account. Now the development of the Ukrainian economy is a sensitive issue due to the war started by russia. Without activity in the economic sphere, the full functioning of the state is impossible. As a result of the military conflict, Ukrainian enterprises began to expand in Europe, which created the basis for the formation of a market for Ukrainian franchises. In safer regions of Ukraine, relocated businesses received a significant increase in income. With the stabilization of the situation in the country, entrepreneurs will have the opportunity to open their own businesses. In general, the Ukrainian franchising business offers ample opportunities for further growth and development. Entrepreneurs who understand the benefits of franchising and know how to effectively use its potential can achieve success in both domestic and international markets. However, it is important to carefully select franchisees, conduct a detailed analysis of the terms of the deal before launching the business. Despite the existing difficulties in implementing a franchising project, the number of "quality" franchises and conscientious franchisors in Ukraine is increasing every year. New initiatives are emerging that are successfully developing not only in Ukraine, but also abroad. This indicates that in the near future, the franchising market in our country will move to a new stage of development.

Key words: franchise, franchise, franchisor, franchise market, economy, development, war.

https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2024.03.159

Received 16.02.2024

Постановка проблеми. Сучасні економічні умови вимагають від компаній впровадження нових форм організації бізнесу, щоб зберегти свої позиції на ринку. Останнім часом франчайзинг набув великого значення, але його поширення пов'язане з низкою зовнішніх факторів на ринку. В Україні існує багато відомих франчайзингових мереж з різних галузей, що свідчить про наявність попиту на франчайзингові послуги серед підприємців. Однією з переваг франчайзингу є те, що можна побудувати власний бізнес на основі існуючого відомого бренду, перевіреної бізнес-моделі та підтримання франчайзера. Це допоможе знизити ризики, пов'язані з відкриттям нового бізнесу, і підвищить шанси на успіх. У зв'язку з цим вивчення франчайзингу та перспектив розвитку в Україні є досить актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки науковці все більше цікавляться франчайзингом як формою бізнесу. У цій галузі проведено багато досліджень, які відображено в працях вітчизняних і зарубіжних авторів. Серед зарубіжних вчених, що вивчали франчайзинг, можна виділити Ж. Дельта, Ф. Котлера, Ж. Ламбена і Ф. Росса. Дослідження франчайзингу проводили також і відомі українські вчені Л. М. Побоченко [1], О. О. Мартиненко [2], Н. В. Безрукова [3] та М. О. Тонюк [4]. Вони зробили значний внесок у розуміння франчайзингу як форми бізнесу, типів франшиз, структур і потенційних ризиків. Напрямами їхніх досліджень став пошук нових ефективних стратегій франчайзингу для розширення бізнесу. Вчені наголошують на необхідності адаптації та впровадження інновацій, постійно шукаючи шляхи вдосконалення виробничих процесів, щоб досягти успішного бізнесу.

Засвідчення економічних аспектів наукової підтримки франчайзингу можна знайти у працях таких авторів, як О. Суковатого [5], О. Корольчука [6], С. Махнуши [7] та інших. В їхніх дослідженнях детально розглядається суть франчайзингу як передової форми управління бізнесом, його основні типи, структура, потенційні ризики в застосуванні та інші аспекти.

Попри те, що проведено достатньо досліджень щодо природи франчайзингу, наразі є актуальним питання про перспективи його розвитку в Україні з урахуванням світового досвіду, та визначення факторів впливу, що перешкоджають цьому розвитку.

Метою дослідження є аналіз перспектив розвитку франчайзингу як форми організації підприємництва за сучасних умов розвитку економіки та визначення основних напрямків франчайзингу в Україні.

Постановка завдання. Для досягнення поставленої мети визначено такі наукові завдання: розглянути франчайзинг як форму підприємницької діяльності; визначити основні його переваги та недоліки; проаналізувати сучасний стан франчайзингу в Україні. Для вирішення поставлених завдань використано теоретичні методи дослідження: аналіз, синтез, узагальнення, аналогія, системний підхід.

Виклад основного матеріалу. Відомо, що франчайзинг – це вид підприємницької діяльності, коли одна сторона (франчайзер) передає іншій стороні (франчайзі) пакет певних документів (франшизу) на певний термін, за певну плату попередньо домовившись. Це особлива система взаємовідносин у бізнесі між особами-підприємцями. При правильному підході франчайзинг може виступати каталізатором, що стимулює розвиток бізнесу, оскільки створює сприятливі умови для успішної роботи і відкриває нові можливості для компаній, що входять до франчайзингової мережі.

Згідно з визначенням Міжнародної асоціації франчайзингу, франчайзинг – це система постійних відносин, що встановлюються між франчайзером та франчайзі, в результаті чого знання, імідж, успіх, методи виробництва і маркетинг обмінюються на взаємне задоволення прибутком. Тобто, це дає можливість «скопіювати» успішний бізнес великих компаній, у яких є великий досвід і бездоганна репутація. Поточні масштаби глобального поширення франчайзингу на світовому рівні є переконливими доказами успішності та популярності франчайзингу, а також того, що це ефективне ведення бізнесу. У США частка бізнесу, який працював у 2015 році на основі франшизи, складала 80%, у європейських країнах – 67%, а в Україні – 23% (рис. 1) [4].

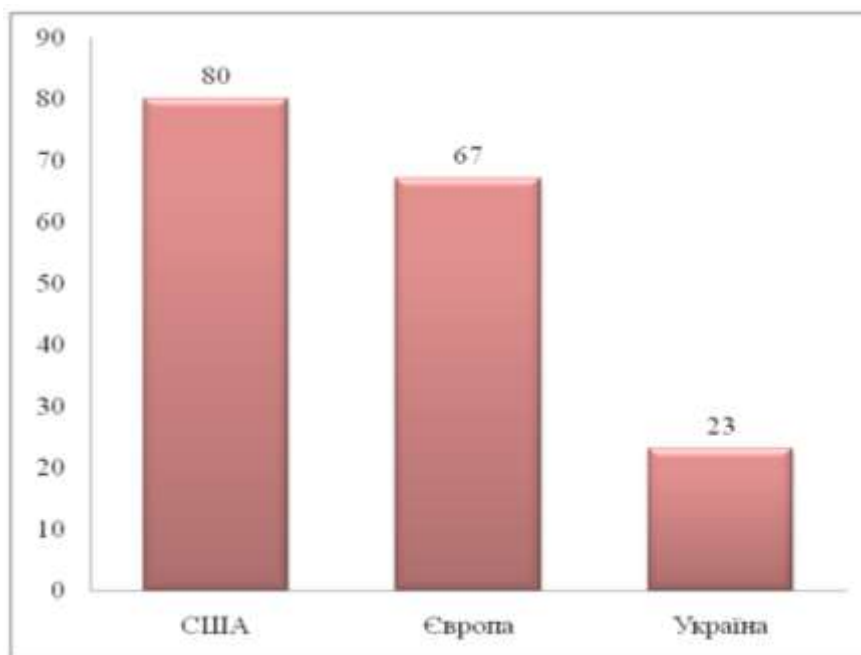


Рисунок 1. Частка франчайзерів у бізнес-структурах за географічним критерієм у 2015 році

Аналізуючи ситуацію на ринку франчайзингу в Україні перед початком війни 2022 року, можна відзначити, що це одне з найактуальніших випробувань попри коронакризу для динамічного й стабільного розвитку франчайзингу як перспективного виду бізнесу в Україні. Він стабільно розвивався практично в усіх секторах економіки. Серед найпопулярніших напрямків – громадське харчування (пекарні, кав'ярні, вулична їжа), різні послуги (від салонів краси до туристичних агентств), освіта і розвиток дітей, медицина та охорона здоров'я. В світі з'являлися нові тенденції, змінювався споживчий попит, а франчайзери пристосовувалися до того, як розвивався світ [8]. Україна перейшла на теперішній рівень активності франчайзингових відносин за 15 років, при цьому кількість юридичних осіб збільшилася майже в 12 разів. До 2015 року з 565 франчайзерів в Україні 424 (75%) компанії розширилися за рахунок відкриття у формі власних франчайзингових об'єктів. Попри низький рівень частки франчайзингу у порівнянні із зарубіжними країнами в Україні практично щороку спостерігалася позитивна тенденція зростання числа франчайзерів. З 2015 по 2017 рік спостерігався спад франчайзерів на 36%, що було викликано економічною кризою та банкрутством франшиз, які були продані неуспішним франчайзерам. У 2020 році в Україні працювало 513 франчайзерів. Це на 42% більше, ніж у 2017, а також налічувалося 28 579 об'єктів франчайзингу, з яких 6 430 належали власне франчайзерам (рис. 2) [8].

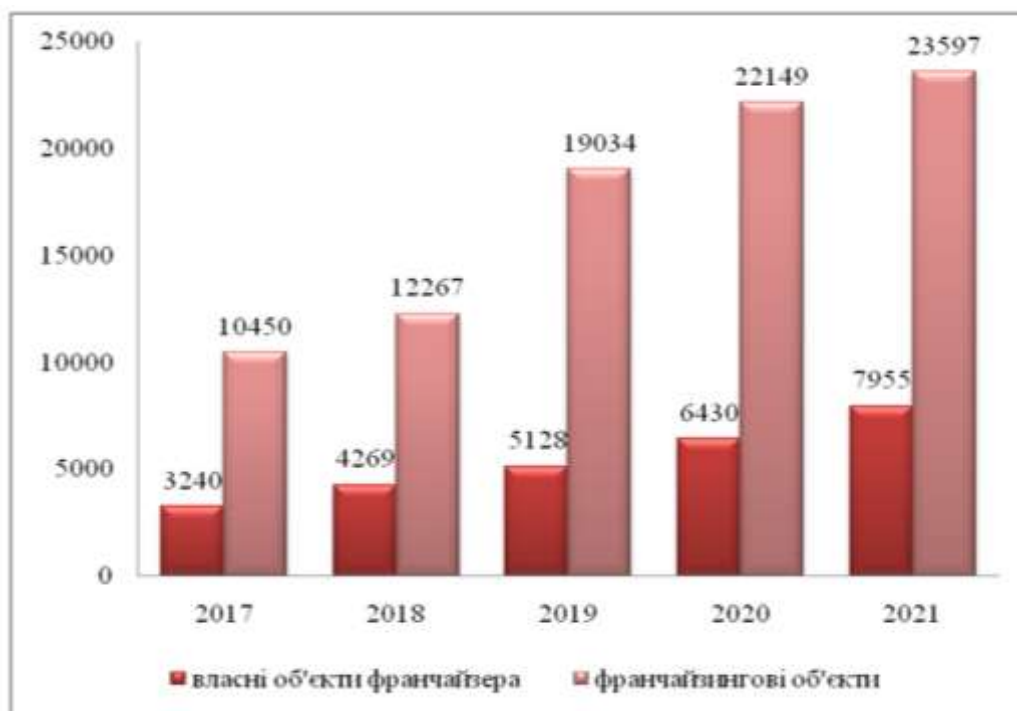


Рисунок 2. Динаміка кількості франчайзингових об'єктів в Україні у період 2017–2021 роки, одиниць [9]

З 2017 по 2020 рік кількість власних об'єктів франчайзерів зросла на 98,5%, а франчайзингових об'єктів, що належали франчайзі – на 112% [9]. На ринку франчайзингу України частка франчайзингових об'єктів складала у 2020 році 75–80%, що майже відповідало міжнародній практиці, але це менше, ніж у США, де 85–90% бізнесу працює за франшизою (рис. 3) [8; 9].

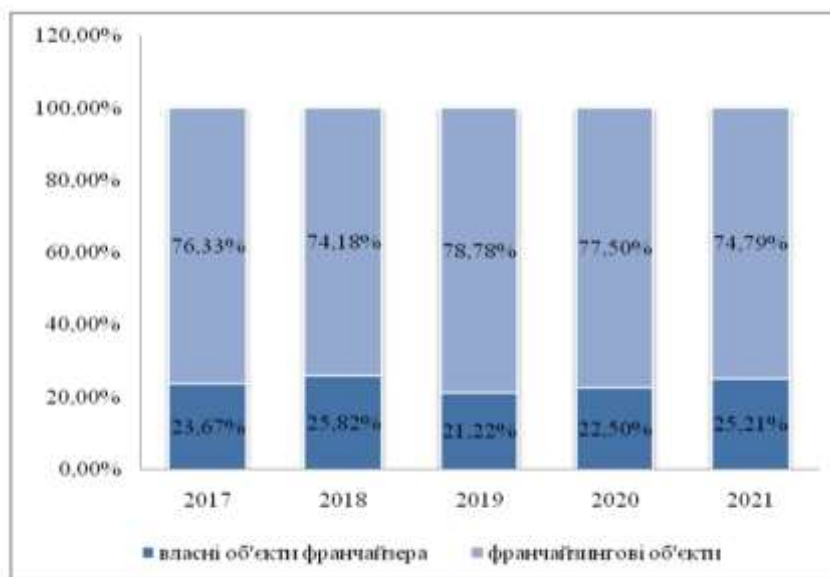


Рисунок 3. Власні й франчайзингові об'єкти в Україні у період 2017–2021 роки, % [9]

На початку 2022 року в Україні функціонувало 24 000 об'єктів з франчайзингу. Приблизно 20 000 підприємців обрали розвиток свого бізнесу через придбання франшизи, що свідчить про довіру до українських компаній-франчайзерів, а також про трендовість та прибутковість українського бізнесу [9].

Якщо аналізувати розвиток франчайзингу по галузях, то можна відзначити, що у 2020 році він був найпопулярніший у сферах побутового обслуговування, громадського харчування та роздрібною торгівлі (рис. 4) [9].

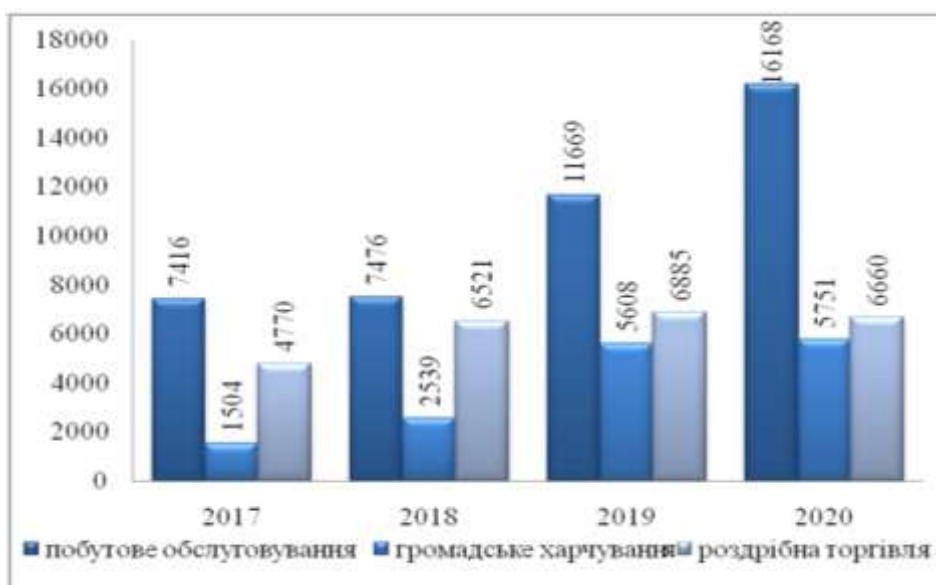


Рисунок 4. Динаміка кількості франчайзингових об'єктів у галузях за 2017–2020 рр., одиниць

Ринок франчайзингу надає велику перевагу для розвитку національної економіки. Це може бути початком розвитку малих і спільних підприємств, які зроблять акцент на інноваційну діяльність. Крім того, ефективним є розвиток франшизи в сфері послуг, пов'язаних з інспекцією технічного обладнання на виробничих фабриках; при виборі

більш раціонального способу заміни обладнання, модернізації; у соціально необхідній сфері медичної допомоги, особливо при роботі в зоні екологічних катастроф і екстремально-небезпечних умов. Як і будь-яка форма співпраці, франчайзинг має свої переваги та недоліки, на які треба зважати.

Наразі розвиток економіки України є болючим питанням через війну, розв'язану росією. Без активності у сфері економіки повноцінне функціонування держави є неможливим. Оголошення воєнного стану в країні не повинно супроводжуватися закриттям бізнесу та зупинці всіх бізнес-процесів. Важливо розглядати можливості захисту свого бізнесу та його розширення не лише в межах України, а й за її межами, наприклад, відкриваючи представництва або франчайзингові об'єкти на інших територіях [8]. Такий крок крім того, що сприятиме залученню інвестицій, ще і забезпечить захист бізнесу від непередбачених обставин.

Внаслідок воєнного конфлікту українські підприємства широко розпочали розгортатися в Європі, що створює підґрунтя для формування ринку українських франшиз. Проте в розвитку франчайзингу зараз сприятливий час не лише за кордоном. У безпечніших регіонах України релокований бізнес отримав значний приріст прибутків. Із стабілізацією ситуації в країні підприємці матимуть можливість відкрити власний бізнес.

Результати соціологічного дослідження [9], що було проведено у період липень–серпень 2022 року з метою дослідження ринку франчайзингу під час війни в Україні, показали наступний поділ на частки респондентів, які розвивають свій бізнес через франчайзинг, залежно від країни, де планується масштабування бізнесу (рис. 5).

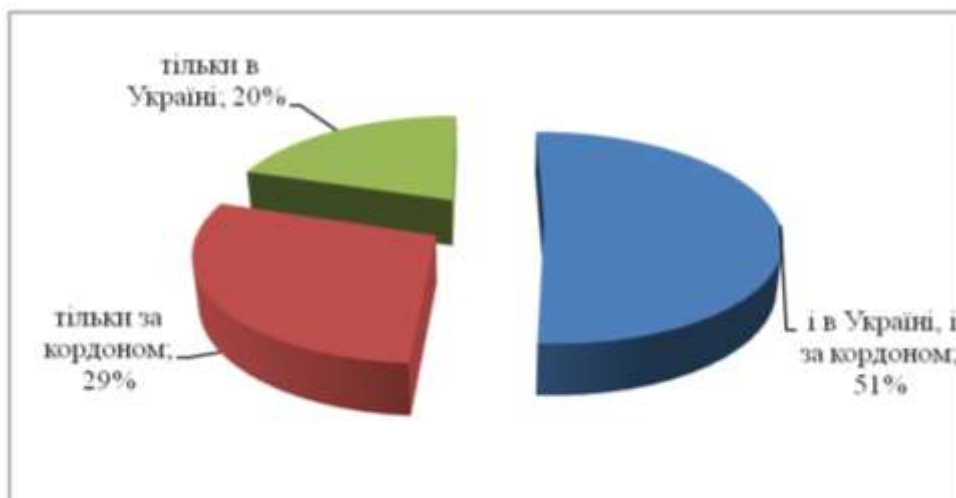


Рисунок 5. Країни, що розглядаються підприємцями, які працюють за франчайзингом, для масштабування бізнесу [9]

Західна Україна та Польща виявилися найприбавливішими для масштабування на думку підприємців [9].

Використання франшизи як інструменту для зменшення ризику втрат інвестицій в цьому контексті є особливо доцільним. Наразі актуальними є франшизи, що вимагають невеликих витрат і гарантують швидке повернення вкладень. Випробування війною в Україні підтверджують, що вижили лише найефективніші франчайзингові бізнес-моделі [8]. Незважаючи на існуючі труднощі реалізації франчайзингового проекту, кількість «якісних» франшиз і сумлінних франчайзерів в Україні з кожним роком збільшується. З'являються нові ініціативи, що успішно розвиваються не лише в Україні,

а й за її межами. Це вказує на те, що у найближчий період часу франчайзинговий ринок нашої країни перейде на новий етап розвитку.

Загалом, український франчайзинговий бізнес відкриває широкі можливості для подальшого зростання та розвитку. Підприємці, які мають розуміння переваг франчайзингу та вміють ефективно використовувати його потенціал, можуть досягти успіху як на внутрішньому, так і на міжнародному ринках. Проте важливо ретельно обирати франчайзі, проводячи детальний аналіз умов угоди перед запуском бізнесу.

Висновки. Результати дослідження підтверджують стабільну присутність франчайзингової моделі бізнесу на українському ринку. Аналіз тенденцій у розвитку франчайзингу в Україні показав, що ця форма бізнесу демонструє стабільне зростання. Вона є популярною серед підприємців, оскільки надає можливість використовувати успішний комерційний досвід та відомий бренд для розвитку власного підприємства. Даний сегмент очікує подальший розвиток у найближчі роки, сприяючи зниженню витрат та підвищенню ефективності виробництва, що важливо для України в сучасних умовах.

Conclusions. The results of the study confirm the stable presence of the franchising business model in the Ukrainian market. An analysis of franchising development trends in Ukraine showed that this form of business is demonstrating stable growth. This form of business is popular among entrepreneurs because it provides the opportunity to use a successful commercial experience and a well-known brand to develop their own enterprise. This segment expects further development in the coming years, helping to reduce costs and increase production efficiency, which is important for Ukraine in modern conditions.

Список використаних джерел

1. Побоченко Л. М. Розвиток франчайзингового бізнесу в країнах Європи. *Стратегія розвитку України*. 2016. № 1. С. 57–64. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/45.pdf>. (дата звернення: 21.12.2023).
2. Мартиненко О. О. Світовий досвід використання франчайзингу як ефективною моделі розширення бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2018. № 9. С. 253–258. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_9_38 (дата звернення: 21.12.2023).
3. 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. URL: <http://surl.li/qoeke> (дата звернення: 21.12.2023).
4. Тонюк М. О. Франчайзинг як особлива форма організації та функціонування бізнесу в Україні. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 687–689. URL: https://economyandsociety.in.ua/journals/9_ukr/117.pdf (дата звернення: 20.12.2023)
5. Суковатий О. Е. Франчайзинг як інноваційна модель розвитку бізнесу. *Проблеми науки*. 2007. № 3. С. 18–23.
6. Корольчук О. П. Франчайзинг як спосіб активізації інтеграції вітчизняного бізнесу у глобальні виробничі та збутові мережі. *Економіка і фінанси підприємств*. 2011. № 5. С. 176–185.
7. Махнуша С. М. Франчайзинг як елемент стратегії закріплення бренду підприємства. *Механізм регулювання економіки*. 2004. № 1. С. 105–110.
8. Григоренко Т. М. Франчайзинг в Україні: реалії та перспективи розвитку в умовах воєнного стану. *Бізнес Інформ*. 2022. № 12. С. 145–153. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2022-12-0-pages-145_153.pdf (дата звернення: 22.12.2023). DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-145-153>
9. Про франчайзинг. URL: <https://franchisegroup.com.ua/about-company/%20franchising/> (дата звернення: 15.02.2024).

References

1. Pobochenko L. M. (2016). Rozvytok franchajzyngovoho biznesu v krajinakh Jevropy [Development of franchise business in European countries] *Strateghija rozvytku Ukrainy*, no. 1, pp. 57–64. Available at: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/45.pdf>. (accessed 21 December 2023).
2. Martynenko O. O. (2018). Svitovyj dosvid vykorystannja franchajzyngu jak efektyvnoji modeli rozshyrennja biznesu [World experience of using franchising as an effective model of business expansion] *Biznes Inform*, no. 9, pp. 253–258. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_9_38 (accessed 21 December 2023).

3. Bezrukova N. V. (2016). Mizhnarodnyj franchajzynch jak forma osvojennja svitovykh rynkiv: osoblyvosti rozvytku ta vplyv na svitovyj valovyj product [International franchising as a form of developing world markets: features of development and impact on global gross product] *Ekonomichnyj prostir*, no. 106, pp. 16–25. Available at: <http://surl.li/qoeke> (accessed 21 December 2023).
4. Tonyuk M. O. (2017). Franchajzynch jak osoblyva forma orghanizaciji ta funkcionuvannja biznesu v Ukraini [Franchising as a special form of business organization and functioning in Ukraine] *Ekonomika i suspiljstvo*, no. 9, pp. 687–689. Available at: https://economyandsociety.in.ua/journals/9_ukr/117.pdf (accessed 20 December 2023).
5. Sukovaty O. E. (2007). Franchajzynch jak innovacijna modelj rozvytku biznesu [Franchising as an innovative model of business development]. *Problemy nauky*, no. 3, pp. 18–23.
6. Korolchuk O. P. (2011). Franchajzynch jak sposib aktyvizaciji integraciji vitchyznanogho biznesu u globaljni vyrobnychi ta zbutovi merezhi [Franchising as a way of intensifying the integration of domestic business into global production and sales networks]. *Ekonomika i finansy pidpryjem*, no. 5, pp. 176–185.
7. Makhnusha S. M. (2004). Franchajzynch jak element strateghiji zakriplennja brendu pidpryjemstva. [Franchising as an element of the company's brand consolidation strategy]. *Mekhanizm rehuljuvannja ekonomiky*, no. 1, pp. 105–110.
8. Hryhorenko T. M. (2022). Franchajzynch v Ukraini: realiji ta perspektyvy rozvytku v umovakh vojennogho stanu [Franchising in Ukraine: realities and prospects of development in the conditions of martial law]. *Biznes Inform*, no. 12, pp. 145–153. Available at: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2022-12_0-pages-145_153.pdf (accessed 22 December 2023). DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-145-153>
9. Pro franchajzynch. Available at: <https://franchisegroup.com.ua/about-company/%20franchising/> (accessed 15 February 2024).