



УДК 339.187.44:334.72

**FRANCHISING AS AN EFFECTIVE FORM OF BUSINESS ORGANIZATION****ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ****Atamanchuk Z. / Атаманчук З. А.***Ph.D. in Economics, Assoc. prof. / к.е.н., доц.*

ORCID: 0000-0002-6139-1653

**Nesterchuk N. / Нестерчук Н. В.***Bachelor Student / студентка СО «Бакалавр»*

ORCID: 0000-0001-5740-5840

*Vasyl' Stus Donetsk National University,**Vinnytsia, Akademika Yanhelia, str. 4, 21001**Донецький національний університет імені Василя Стуса,**Вінниця, Академіка Янгеля, 4, 21001*

**Анотація.** Франчайзингова діяльність у міжнародному бізнесі є актуальною темою наукових досліджень як вітчизняних, так і закордонних науковців. Дана тема активно досліджується в останні роки, оскільки стає все більш важливою у сучасному бізнесі. Роль франчайзерів у міжнародному бізнесі значно зросла, франчайзингові моделі дозволяють компаніям ефективно розширювати свою діяльність на нові ринки, використовуючи місцевий досвід та ресурси своїх партнерів. У статті досліджено сутність франчайзингу, його теоретичні та практичні аспекти. З'ясовано місце та роль франчайзингових угод у міжнародному бізнесі. Обґрунтовано важливість розповсюдження компаній, які укладають такі угоди на світовому ринку. Проаналізовано особливості розповсюдження та тенденції розвитку франчайзингу на світовому ринку. Узагальнено переваги форм співпраці для франчайзера та франчайзі.

**Ключові слова:** франчайзинг, глобалізація, угода, франчайзі, роялті, франшиза.

Глобальна економіка стає все більш взаємопов'язаною та складною, створюючи можливості для бізнесу розширювати свою діяльність у багатьох країнах.

Починаючи з кінця ХХ століття, набуває все більшої популярності серед підприємств новий спосіб розвитку міжнародного бізнесу — франчайзинг. Сучасні тенденції у розвитку світової економіки та глобалізації надають компаніям можливість виходити на міжнародні ринки, і франчайзинг виступає одним із таких шляхів. Використання франчайзингових мереж дозволяє розширити обсяги продажів, максимізувати прибуток та збільшити рівень зайнятості серед населення.

Франчайзинг являє собою один з небагатьох інструментів розвитку бізнесу, який давно і ефективно «працює» в світі, в тому числі, й у нашій країні, де франчайзинг активно розвивається [1, с. 21]. Франчайзинг, який використовує можливості великого бізнесу, з одного боку, і дозволяє зберегти незалежність і підприємливість малого бізнесу, з іншого боку, є ефективним інструментом, що дозволяє активно розвивати підприємницьку діяльність у багатьох сферах сервісу. Франшизна схема пропонує досить тривалу співпрацю з низьким рівнем ризику та стабільним доходом за рахунок розробленості ринку франчайзером. Франчайзинг дозволяє підвищити культуру підприємницьких кіл, залучити



іноземний капітал в економіку країни, забезпечити зайнятість населення та надати можливість розвитку малого і середнього підприємництва в умовах всесвітньої глобалізації бізнесу [2].

Франчайзинг — це система ведення бізнесу, в якій одна сторона (франчайзер) надає іншій стороні (франчайзі) право використовувати свою торгову марку, бренд, бізнес-модель та інші інтелектуальні активи для ведення комерційної діяльності. Завдяки такій співпраці всі сторони залишаються у вигоді: франчайзер має змогу вийти на нові ринки і розширити свій бізнес, а франчайзі, в свою чергу, отримує готовий бізнес та франчайзинговий пакет. Франчайзинговий пакет може включати в себе наступні позиції: готова фінансова бізнес-модель, супровід проєкту, юридична підтримка, підбір та навчання персоналу, маркетингова підтримка, перелік постачальників (якщо це, наприклад, пекарня чи ресторан), співпраця з головним офісом тощо.

На сьогоднішній день франчайзинг є однією з найбільш ефективних і прогресивних бізнес-моделей у світі, яка надає можливість успішно розвивати малий і середній бізнес. Вона включає в себе багато різних елементів, з якими франчайзі необхідно ознайомитись, щоб досягти максимального успіху у відкритті власного бізнесу (табл. 1).

**Таблиця 1 – Основні елементи франчайзингових відносин**

Елемент	Характеристика
<b>Об'єкт франчайзингу</b>	
Франшиза	Право здійснення певного виду діяльності з використанням торгової марки, технологій, ноу-хау, інших об'єктів інтелектуальної власності іншого суб'єкта (франчайзера) на умовах, передбачених договором франчайзингу
<b>Суб'єкти франчайзингу (суб'єкт, який надає франшизу, називається «франчайзер», а суб'єкт, який її отримує – «франчайзі»)</b>	
Франчайзер	Суб'єкт підприємницької діяльності, який володіє успішним бізнесом, відомою на ринку торговою маркою, особливими технологіями виробництва продукції (виконання робіт, надання послуг), апробованими на практиці способами ведення підприємницької діяльності, іншими об'єктами інтелектуальної власності, і за певну винагороду надає іншій стороні (франчайзі), право діяти на певній території на попередньо узгоджених умовах і протягом обумовленого терміну від імені франчайзера і під його торговою маркою
Франчайзі	Суб'єкт підприємницької діяльності, який, як правило, є малим підприємством або підприємцем (юридичною або фізичною особою), і набуває у франчайзера виняткове право на ведення комерційної діяльності від його імені і під його торговою маркою з використанням його об'єктів інтелектуальної власності
<b>Платіж за користування франшизою – франчайзингова винагорода</b>	
Паушальний платіж	Разова винагорода франчайзеру у вигляді певної і зафіксованої в договорі суми, яка встановлюється, виходячи з оцінки можливого економічного ефекту
Роялті	Періодичні платежі франчайзі на користь франчайзера за використання його об'єктів права інтелектуальної власності

*Джерело: складно автором на основі [1]*



Франчайзинг сприяє швидкому та інтенсивному розвитку розподільчої мережі товарів. Участь у франчайзинговій системі дозволяє відкрити власний бізнес під вже визнаним брендом, що призводить до економії коштів на маркетинг та рекламу. Франчайзери надають різноманітні послуги, такі як навчання та особистий менеджер для франчайзі [3].

Міжнародний франчайзинг – це складний процес, який вимагає ретельного розгляду багатьох факторів, таких як доцільність, адаптивність та переваги й ризику. Виділяють три основних види франчайзингу: товарний, виробничий і діловий. Три основні види франчайзингу поділяються відповідно:

- 1) за видами діяльності: торговельний, сервісний, виробничий, змішаний;
- 2) за видами ноу-хау: франчайзинг дистрибуції продукту, франчайзинг
- 3) бізнес-формату;
- 4) відповідно організації системи: прямий франчайзинг, розвиток території, мастер-франчайзинг (субфранчайзинг).

Економічний сенс франчайзингу полягає у поєднанні ефективності, енергії і мобільності невеликого приватного підприємства та технологічних досягнень, гарантій і розкрученої торгової марки великого постачальника [4].

2019 рік був досить продуктивним у всіх галузях франчайзингу, а у 2020 році пандемія COVID-19 спричинила різний рівень збоїв у франчайзингу в країнах світу через різницю в щільності населення, географічному положенні, бізнес компонентах, урядових обмеженнях для бізнесу тощо. Кількість франчайзингових мереж за останні 4 роки досить змінилася (табл. 2). Також це стосується і кількості співробітників.

**Таблиця 2 – Економічний результат франчайзингу за галузями, 2023 р.  
млрд дол. США**

Показник	2019	2020	2021	2022	2023
Бізнес-послуги	106,0	84,4	95,3	99,6	103,4
Комерційні та житлові послуги	45,8	49,3	52,7	56,0	57,4
Ресторани швидкого обслуговування	267,9	241,0	261,2	275,7	289,6
Нерухомість	55,3	52,0	82,8	87,2	93,0
Роздрібна торгівля	118,3	121,1	127,0	130,0	134,1
Ресторани з повним обслуговуванням	76,5	55,1	72,8	76,5	78,2
Всього	669,8	602,9	691,8	725	755,7

*Джерело: побудовано автором на основі [4]*

Варто відзначити, що Європа володіє широким спектром галузей, які привертають увагу франчайзерів. Це включає виробництво, торгівлю, готельно-ресторанний бізнес, технології, охорону здоров'я, освіту та інші сфери. Зростання франчайзингу в Європі свідчить про готовність підприємців впроваджувати новаторські бізнес-моделі та приєднуватися до глобальних мереж для спільного успіху. Крім того, європейські ринки характеризуються високими стандартами якості та стабільною економікою, що робить їх



привабливими для франчайзерів, які прагнуть довгострокового зростання і стабільного прибутку. Також важливо зазначити, що культурна різноманітність Європи сприяє адаптації франчайзингових моделей до місцевих умов, що підвищує шанси на успіх (табл. 3).

Найдорожчою франшизою у 2022 році була компанія KFC US LLC, проте найбільш популярною серед споживачів залишається все ж McDonald's. У 5 лідерів у 2022 році є McDonald's, KFC US LLC, 7-Eleven Inc., Pizza Hut LLC, Dunkin, 4 з цих компаній представляють сегмент ринку такий, як ресторани швидкого харчування, а одна з них представляє роздрібну торгівлю.

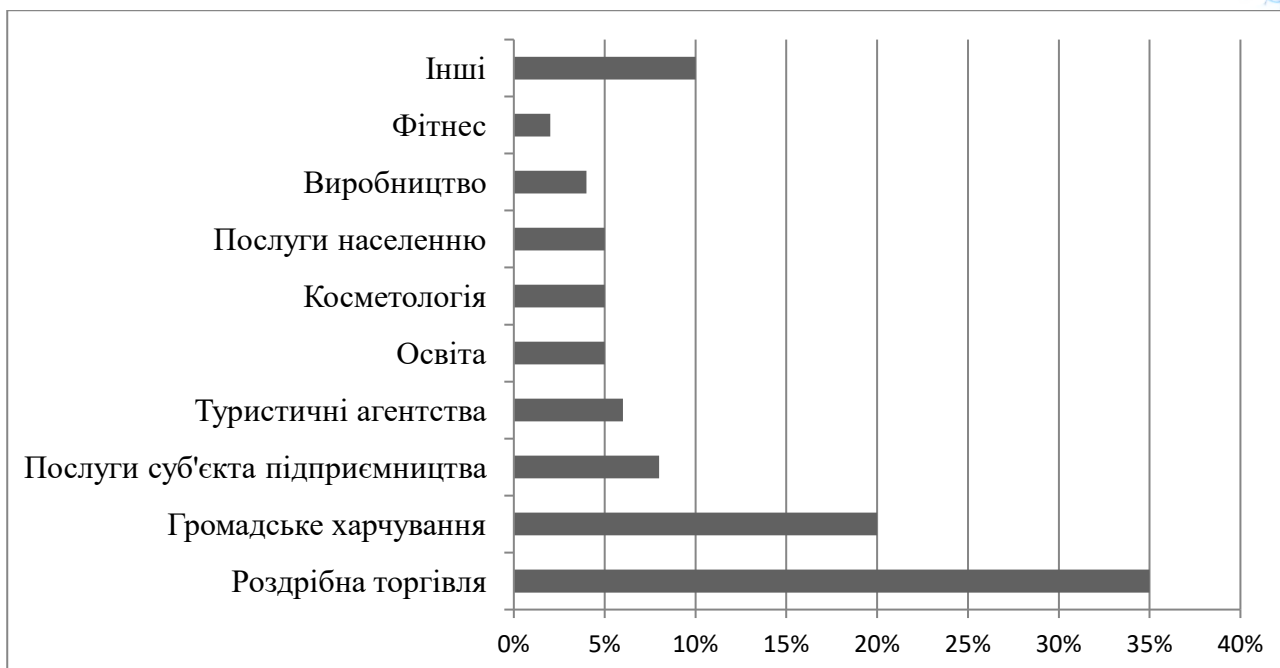
**Таблиця 3 – ТОП-10 найкращих франшиз для купівлі у 2022 році**

Місце в рейтингу	Франчайзинг/країна	Сегмент ринку	Початкові інвестиції
1	McDonald's(США)	«ресторани швидкого харчування»	1,3 млн – 2,3 млн дол. США
2	KFC US LLC (США)	«ресторани швидкого харчування»	1,4 млн – 2,8 млн дол. США
3	7-Eleven Inc. (США)	«роздрібна торгівля / ритейл»	70 тис – 1,2 млн дол. США
4	Pizza Hut LLC (США)	«ресторани швидкого харчування»	367 тис. – 2,1 млн дол. США
5	Dunkin (США)	«ресторани швидкого харчування»	438 тис. – 1,8 млн дол. США
6	Taco Bell (США)	«ресторани швидкого харчування»	576 тис. – 3,4 млн дол. США
7	Century 21 Real Estate	«послуги по нерухомості»	25 тис. – 457 тис дол. США
8	Kumon	«послуги освіти»	67 тис. – 146 тис дол. США
9	Anytime Fitness	«оздоровчі послуги», «спорт»	73 тис. – 194 тис дол. США
10	Smoothie King	«здорове харчування»	269 тис. – 869 тис дол. США

*Джерело: побудовано на основі [5]*

В Україні необхідність франчайзингу зумовлена втратою ринків збуту багатьма вітчизняними підприємствами в умовах загострення конкуренції на внутрішніх ринках, відсутністю достатніх фінансових можливостей для запровадження нових технологій у виробництво, низькою конкурентоспроможністю товарів порівняно з іноземними фірмами тощо [6].

Найбільш розвиненою сферою ведення франчайзингового бізнесу є роздрібна торгівля, де працює 60% всіх франшиз. Іншими пріоритетними галузями є сфера послуг (25%) та громадське харчування (15%). Виробничі франшизи в Україні представлені лише кількома проектами (рис. 1).



**Рисунок 1 – Структура франчайзингу в Україні, 2022 рік, %**

*Джерело: побудовано автором на основі [7]*

Вибір компанією франчайзингової стратегії розвитку ставить перед нею складну задачу – створення якісної франшизи. Як показує практика та досвід франчайзерів українського ринку, алгоритм вирішення цього завдання включає проходження кількох ключових етапів. У результаті формується стандарт франчайзингової концепції, що є основою для подальшого успіху. Важливо врахувати всі аспекти – від розробки бізнес-моделі до детального планування кожного елемента франшизи. Тільки за такої умови франчайзер може створити успішну бізнес-модель і знайти надійного партнера-франчайзі, який здатний ефективно управляти та розвивати франшизу. Додатково, важливу роль відіграє постійна підтримка та навчання франчайзі, що забезпечує стабільність і ріст франчайзингової мережі.

**Висновки.** Таким чином, ринок франчайзингу є однією із найдавніших категорій соціально-економічних відносин, які є невід'ємною частиною ринкових відносин. У сучасних умовах, під впливом інтеграційних та глобалізаційних процесів у світі, франчайзингові послуги стають дедалі актуальнішими та необхідними для виходу на нові ринки. Вибір компанією франчайзингової стратегії розвитку ставить перед нею складну задачу створення якісної франшизи. Як показує практика і досвід франчайзерів українського ринку, алгоритм вирішення даного завдання передбачає проходження ряду етапів, в результаті яких формується стандарт франчайзингової концепції.

Останніми роками ринок франчайзингу пройшов значні зміни та розширення, що є позитивним явищем. Збільшення кількості роздрібних мереж призвело до збільшення конкуренції, кількості робочих місць та обсягу інвестицій. Франчайзинг має ряд переваг та недоліків, які обумовлені особливостями цього бізнес-моделювання. Хоча франчайзинг є ефективним засобом розширення бізнесу, важливо це усвідомлювати та здійснювати ефективне управління його унікальними аспектами та ризиками.



### Література:

1. Амеліна І. В. Розвиток франчайзингової діяльності в Україні. *Економіка і регіон*. 2015. № 2. С. 21–24.
2. Бізнес по франшизі плюси і мінуси. URL: <https://franchise-capital.com/blog/biznes-po-franshyzi-osoblyvosti-plyusy-i-minusy/> (дата звернення: 15.05.2024).
3. Атаманчук З.А., Адаменко М.О., Нестерчук Н.В. Франчайзингові угоди як складові міжнародної комерції. *SWorld Journal*, № 22, Частина 3, 2023. С. 54-59.
4. IFA, Economic Outlook 2023. URL: <https://www.franchise.org/sites/default/files/2023-03/2023-Franchising-Economic-Report.pdf> (дата звернення: 11.05.2024).
5. The 42 Best Franchise Opportunities to Buy & Own in 2022. URL: <https://blog.hubspot.com/sales/franchise-opportunities> (дата звернення: 17.05.2024).
6. Побоченко Л. М., Цой А. В. Дослідження розвитку світового ринку франчайзингових послуг в умовах глобальної конкуренції. *Інфраструктура ринку*. 2019. Випуск 38. С. 148-157.
7. Rothenberg, A., (2022) A Fresh Look at Franchising. *Journal of Marketing*. Vol. 31. No 3. P. 52–54.

**Abstract.** *Franchising activity in international business is a current theme of scientific research by both domestic and foreign scientists. This theme has been actively researched in recent years, then it becomes more and more important in the world economy. The role of franchisors in international business has grown significantly, franchising models allow companies to expand their business effectively on new markets, using the local experience and resources of their partners. The article clarifies the essence of franchising, its theoretical and practical aspects. The place and role of franchise agreements in international business are studied. The importance of distribution of companies that conclude such agreements on the world market is substantiated. Distribution and development trends of franchising in the world market are analyzed. The advantages of forming cooperation for the franchisor and the franchisee are summarized.*

**Key words:** *franchising, globalization, agreement, franchisee, royalty, franchise.*

Стаття відправлена: 19.05.2024 р.  
Атаманчук З, Нестерчук Н