

Державний торговельно-економічний університет
Кафедра світової економіки

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

Франчайзинг в міжнародному бізнесі

(за матеріалами Торгово-промислової палати України, м. Київ)

Студента 4 курсу, 14 групи,
факультету міжнародної
торгівлі і права
спеціальності 292
«Міжнародні економічні
відносини» освітньої програми
«Міжнародний бізнес»

підпис

Скрипника
Валентина
Анатолійовича

Науковий керівник
кандидат економічних наук,
доцент

підпис

Ладиченко
Катерина Іллівна

Гарант освітньої програми
кандидат економічних наук,
доцент

підпис

Лежепьоква Вікторія
Генадійвна

Київ 2023

Державний торговельно-економічний університет

Факультет міжнародної торгівлі та права Кафедра світової економіки
Спеціальність 292 «Міжнародні економічні відносини»,
освітня програма «Міжнародний бізнес»

Затверджую

Зав. кафедри _____ Ганна Дугінець
«__» _____ 2023 р

Завдання

на випускню кваліфікаційну роботу (проект) студентіві

Скрипника Валентина Анатолійовича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема випускної кваліфікаційної роботи (проекту): Франчайзинг в міжнародному бізнесі (за матеріалами Торгово-промислової палати України, м. Київ)

Затверджена наказом ректора від «__» _____ 20__ р. № _____

2. Строк здачі студентом закінченої роботи (проекту) – травень 2023 р.

3. Цільова установка та вихідні дані до роботи (проекту)

Мета роботи (проекту) - теоретичне обґрунтування розвитку франчайзингу як форми міжнародного бізнесу та розробка практичних рекомендацій щодо розвитку франчайзингу в Україні в умовах воєнного стану.

Об'єкт дослідження - франчайзинг як спосіб організації міжнародного бізнесу.

Предмет дослідження - сукупність теоретичних, практичних аспектів франчайзингу в міжнародному бізнесі.

4. Перелік графічного матеріалу – Робота містить 9 таблиць, 11 рисунків та 6 додатків.

5. Консультанти по роботі (проекту) із зазначенням розділів, за якими здійснюється консультування:

| Розділ | Консультант (прізвище, ініціали) | Підпис, дата | |
|--------|--|----------------|------------------|
| | | Завдання видав | Завдання прийняв |
| | | | |
| | | | |

6. Зміст випускної кваліфікаційної роботи (проекту) (перелік питань за кожним розділом)

Вступ

Розділ 1. Теоретичні та практичні аспекти франчайзингу в міжнародному бізнесі

1.1. Сутність, види та ключові характеристики франчайзингу в міжнародному бізнесі

1.2. Дослідження сучасного стану франчайзингу в Україні та світі

Висновки до розділу 1

Розділ 2. Рекомендації щодо розвитку франчайзингу в міжнародному бізнесі

2.1. Оцінка сприятливості бізнес-середовища України для розвитку франчайзингу

2.2. Пріоритети розвитку франчайзингу в міжнародному бізнесі

Висновки до розділу 2

Висновки та пропозиції

Список використаних джерел

Додатки

7. Календарний план виконання роботи (проекту)

| № пор. | Назва етапів випускної кваліфікаційної роботи (проекту) | Строк виконання етапів роботи | |
|--------|---|-------------------------------------|-------------------------------------|
| | | за планом | фактично |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | Визначення напрямку дослідження та затвердження теми ВКР | до 20.12.2022 | 12.12.2022 |
| 2 | Узгодження плану ВКР з науковим керівником | до 31.01.2023 | 06.02.2023 |
| 3 | Подача науковому керівнику на рецензування 1-го розділу ВКР | до 30.04.2023 | 27.02.2023 |
| 4 | Подача науковому керівнику на рецензування 2-го розділу ВКР | до 10.05.2023 | 04.04.2023 |
| 5 | Подача готової ВКР науковому керівнику | до 20.05.2023 | 07.05.2023 |
| 6 | Подача готової ВКР на кафедру | до 30.05.2023 | 19.05.2023 |
| 7 | Попередній захист ВКР | за графіком (30.05– 16.06.2023) | за графіком |
| 8 | Захист ВКР | за графіком (19.06 – 23.06.2023) | за графіком (19.06 – 23.06.2023) |

8. Дата видачі завдання « ____ » _____ 20__ р.

9. Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Ладиченко Катерина _____

10. Керівник освітньої програми

Лежєпьюкова Вікторія _____

11. Завдання прийняв до виконання студент

Скрипник Валентин _____

12. Відгук керівника випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

Випускна кваліфікаційна робота Скрипника Валентина присвячена одній з найбільш поширених форм контрактної стратегії виходу на зовнішні ринки, яка не втратила темпів розвитку а ні в умовах пандемії, а ні в умовах кризи вартості життя. Робота виконана відповідно до затвердженого графіку, логічно та послідовно відкриває всі пункти узгодженого плану дослідження. У і розділі розкрито теоретичні аспекти поняття франчайзингу та його видів, особливостей організації на міжнародних ринках. Проаналізовано динаміку та структуру регіональних ринків франчайзингу у США та ЄС, а також його особливості в Україні. У 2 розділі проведено аналіз чинників розвитку франчайзингу в Україні та ролі ТПП у підтримці франчазі та франчайзерів в умовах війни. Запропоновано низку заходів з боку ТПП, які могли б допомогти зміцнити вітчизняний франчайзинговий ринок. На жаль, у роботі не надано обґрунтування бюджету запропонованих заходів та прогнозування їх впливу на розвиток франчайзингу в Україні. Також у роботі не використано індексного методу оцінки середовища й в цілому володіння статистичними та економіко-математичними методами аналізу продемонстровано на низькому рівні.

В цілому випускна кваліфікаційна робота Скрипника В.А. відповідає вимогам ДТЕУ до даного виду робіт.

Керівник випускної кваліфікаційної роботи (проекту)

(підпис, дата)

13. Висновок про випускну кваліфікаційну роботу (проект)

Випускна кваліфікаційна робота (проект) студента Скрипника В.А. може бути допущена до публічного захисту.

Керівник освітньої програми _____ В.Г. Лежешькова

(підпис, прізвище, ініціали)

Завідувач кафедри _____ Г.В. Дугінець

(підпис, прізвище, ініціали)

« _____ » _____ 20 _____ р.

АНОТАЦІЯ

Скрипник В.А. Франчайзинг в міжнародному бізнесі *(за матеріалами Торгово-промислової палати України, м. Київ)*

У роботі досліджені теоретичні та практичні аспекти франчайзингу в міжнародному бізнесі, зокрема з'ясована сутність, види та ключові характеристики франчайзингу в міжнародному бізнесі; детально проаналізовано сучасний стан франчайзингу в Україні та світі.

На підставі проведеного дослідження обґрунтовані рекомендації щодо розвитку франчайзингу в міжнародному бізнесі, зокрема здійснено оцінку сприятливості бізнес-середовища України для розвитку франчайзингу та визначені пріоритети розвитку франчайзингу в міжнародному бізнесі.

Ключові слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, міжнародний бізнес, Торгово-промислова палата України.

SUMMARY

Skrypnyk V.A. Franchising in international business *(based on the materials of the Chamber of Commerce and Industry, Kyiv).*

Theoretical and practical aspects of franchising in international business are investigated in the final qualifying paper. In particular, the essence, types and key characteristics of franchising in international business are clarified; the current state of franchising in Ukraine and the world is analyzed in detail.

On the basis of the conducted research, justified recommendations regarding the development of franchising in international business were made, in particular, the favorableness of Ukraine's business environment for the development of franchising was assessed and the priorities for the development of franchising in international business were determined.

Keywords: franchising, franchise, franchisor, international business, Chamber of Commerce and Industry of Ukraine.

ЗМІСТ

2

| | |
|--|-----|
| ВСТУП | 3 |
| РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФРАНЧАЙЗИНГУ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ..... | 5 |
| 1.1.Сутність, види та ключові характеристики франчайзингу в міжнародному бізнесі | 5 |
| 1.2.Дослідження сучасного стану франчайзингу в Україні та світі..... | 122 |
| Висновки до розділу 1 | 222 |
| РОЗДІЛ 2 РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ..... | 244 |
| 2.1.Оцінка сприятливості бізнес-середовища України для розвитку франчайзингу | 244 |
| 2.2.Пріоритети розвитку франчайзингу в міжнародному бізнесі | 311 |
| Висновки до розділу 2 | 35 |
| ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ..... | 37 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 39 |
| ДОДАТКИ..... | 433 |

ВСТУП

Актуальність теми. В сучасний умовах розвитку міжнародного бізнесу, у провідних країнах світу франчайзинг став невід'ємним атрибутом економіки, оскільки значна частина продажів відбувається через франчайзингові мережі.

Міжнародний франчайзинг наразі динамічно розвивається, він охоплює понад 70 різних секторів економіки світу, застосовується більш ніж у 80 іноземних державах, причому сумарний щорічний обсяг продажів у рамках франчайзингової системи перевищує 1,3 млрд. доларів. За оцінками Міжнародної франчайзингової асоціації у світі налічується близько 16,5 тис. франчайзерів та понад 1,2 млн франчайзі [28]. Лідером у галузі франчайзингових відносин як і раніше залишаються США, що займають провідні позиції по основним показникам цієї форми бізнесу, зокрема франчайзинг у сфері роздрібної торгівлі забезпечує близько 15% ВВП США. Приблизно 60% ВВП країни виробляється підприємствами малого та середнього бізнесу, понад 50% яких працює за системою франчайзингу [34].

У 2022 році діяльність франчайзингу в основному була сконцентрована на таких напрямках, як громадське харчування, головним чином на ресторанах швидкого харчування, послуг охорони здоров'я тощо.

Варто додати, що міжнародна франшиза є більш простим способом проникнення підприємств на світові ринки, тому що потребує значно менше інвестицій для відкриття бізнесу. Вихід підприємств на міжнародні ринки через франчайзингові мережі надає можливість розширити збут продукції, здійснити максимізацію прибутку і підвищити зайнятість населення (особливо, якщо діяльність франчайзі відбувається в країнах, що розвиваються). Відповідно, дослідження франчайзингової діяльності в різних країнах і галузях світової економіки є досить актуальним.

Теоретичні та практичні франчайзингу, як форми міжнародного бізнесу, досліджувала значна кількість вітчизняних та закордонних науковців, зокрема таких, як А.М.Виноградська, Л.В.Козак, Т.Є.Макаренко,

С.О.Огінок, С.В.Тарасенко, Н.О. Батьковець, О.В.Данніков та багато інших. Незважаючи на значну чисельність досліджень у даній сфері, ситуація на ринку франчайзингу постійно змінюється, відповідно це вимагає оновленого розгляду зазначеної проблематики.

Метою випускної кваліфікаційної роботи є теоретичне обґрунтування розвитку франчайзингу як форми міжнародного бізнесу та розробка практичних рекомендацій щодо розвитку франчайзингу в Україні в умовах воєнного стану. Основні **завдання** даного дослідження:

- з'ясувати сутність, види та ключові характеристики франчайзингу в міжнародному бізнесі;
- дослідити сучасний стан франчайзингу в Україні та світі;
- здійснити оцінку сприятливості бізнес середовища для розвитку франчайзингу;
- визначити пріоритети розвитку франчайзингу в міжнародному бізнесі.

Об'єктом дослідження виступає франчайзинг, як спосіб організації міжнародного бізнесу, а **предметом** – сукупність теоретичних, практичних аспектів франчайзингу в міжнародному бізнесі.

Методи дослідження. Під час дослідження були використані загальнонаукові методи пізнання: методи теоретичного узагальнення, аналізу, синтезу та порівняння дозволили поглиблено вивчити понятійний апарат у сфері франчайзингу; метод групування надав можливість визначити специфічні риси та загальні ознаки франчайзингу в міжнародному бізнесі, метод статистичного аналізу дозволив проаналізувати показники розвитку франчайзингу в динаміці. Табличний та графічний метод використовувався для представлення динаміки показників та більшої наочності даних.

Структура роботи. Робота складається зі вступу, двох розділів, які включають 4 підрозділи, висновків та пропозицій, списку використаної літератури та додатків. Матеріал роботи викладено на 49 сторінках. Робота містить 9 таблиць, 11 рисунків, 6 додатків, використано 35 літературних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРАКТИЧНІ АСПЕКТИ ФРАНЧАЙЗИНГУ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

1.1. Сутність, види та ключові характеристики франчайзингу в міжнародному бізнесі

Важливою складовою успішного впровадження франчайзингу як у міжнародну, так і в українську практику бізнесу, є повне розуміння його сутності, різновидів та ключових характеристик. Загалом, термін «франчайзинг» має походження з французького слова «франшиза» (franchise, що означає «пільги, привілеї»).

У зарубіжній та вітчизняній науковій літературі існує безліч трактувань терміну «франчайзинг», які так чи інакше відображають його сутність (табл. 1.1).

Таблиця 1.1

Трактування сутності франчайзингу в науковій літературі

| Автор | Визначення поняття |
|--|--|
| 1 | 2 |
| Міжнародна асоціація франчайзингу [31] | «Франчайзинг - договірні відносини між франшизодавцем та франшизоотримувачем, де франшизодавець пропонує або зобов'язується виявляти постійний інтерес до діяльності франшизоотримувача в таких сферах, як ноу-хау та навчання персоналу, тоді як франшизоотримувач здійснює власну діяльність під спільним фірмовим найменуванням, яким володіє франшизодавець, і вклав або вкладе суттєві інвестиції у це підприємство із власних ресурсів». |
| Тарасенко С.В. [18] | «Франчайзинг - угода, відповідно до якої виробник чи одноосібний розповсюджувач продукції або послуг, які є захищеними товарним знаком, надає ексклюзивні права на розповсюдження на певній території даної продукції чи послуг незалежним підприємцям в обмін на отримання від них платежів (роялті) при умові, якщо будуть дотримані технології виробничих операцій». |
| А.Виноградська [5, с. 567] | «Франчайзинг - форма організації та здійснення підприємницької діяльності на основі кооперації матеріальних та фінансових ресурсів і зусиль різних підприємств». |

Продовження табл. 1.1

| 1 | 2 |
|------------------------|---|
| Григоренко Т.М. [6] | «Франчайзинг - особливий спосіб комерційної діяльності, коли підприємець чи невелике підприємство домовляється з великим підприємством, яке є добре відомим на національному і міжнародному ринках, про те, що цей підприємець (або підприємство) буде вести комерційні операції під іменем даної фірми чи під торговою маркою, чи надавати свої послуги під фірмовим знаком обслуговування». |
| М.Терещенко [16,с. 51] | «Франчайзинг - специфічна форма міжнародного бізнесу, згідно з якою одна фірма (франчайзер) передає іншій (франчайзі) за визначену плату франшизу, тобто право на користування пакетом |

Джерело: побудовано автором на підставі аналізу літературних джерел

Отже, існуючі визначення поняття «франчайзинг» можна звести до наступних напрямків:

- особливого виду ліцензування;
- способу доставки продукції і послуг споживачу;
- форми організації та здійснення підприємницької діяльності на основі кооперації матеріальних і фінансових ресурсів підприємств;
- форми вертикальної інтеграції великих та малих підприємств;
- способу просування і збуту товарів і послуг;
- форми організації підприємницької діяльності;
- виду ділової співпраці.

Дослідивши розуміння франчайзингу різними науковцями, в межах даного дослідження будемо розуміти його в широкому розумінні як систему просування на ринок товарів і послуг, технологій, виду певного бізнесу та способу ведення підприємницької діяльності, у вузькому розумінні він являє собою франчайзинговий договір.

Доцільно відзначити, що законодавча база (Положення про франчайзинг Всесвітньої організації інтелектуальної власності, Директива Комісії ЄС № 4087/88, Цивільний кодекс України [22]) більше зводить поняття франчайзингу до таких напрямів як підприємницька діяльність та договір.

Загалом відповідно до сутності франчайзингу, у франчайзинговому процесі приймають участь, якнайменше, дві сторони, між якими укладається франчайзинговий договір. Особу, яка надає франшизу називають «франчайзером» (він є правовласником), а особу, яка отримує франшизу називають «франчайзі» (він користувачем). Взаємодія зазначених суб'єктів показана на рис. 1.1.

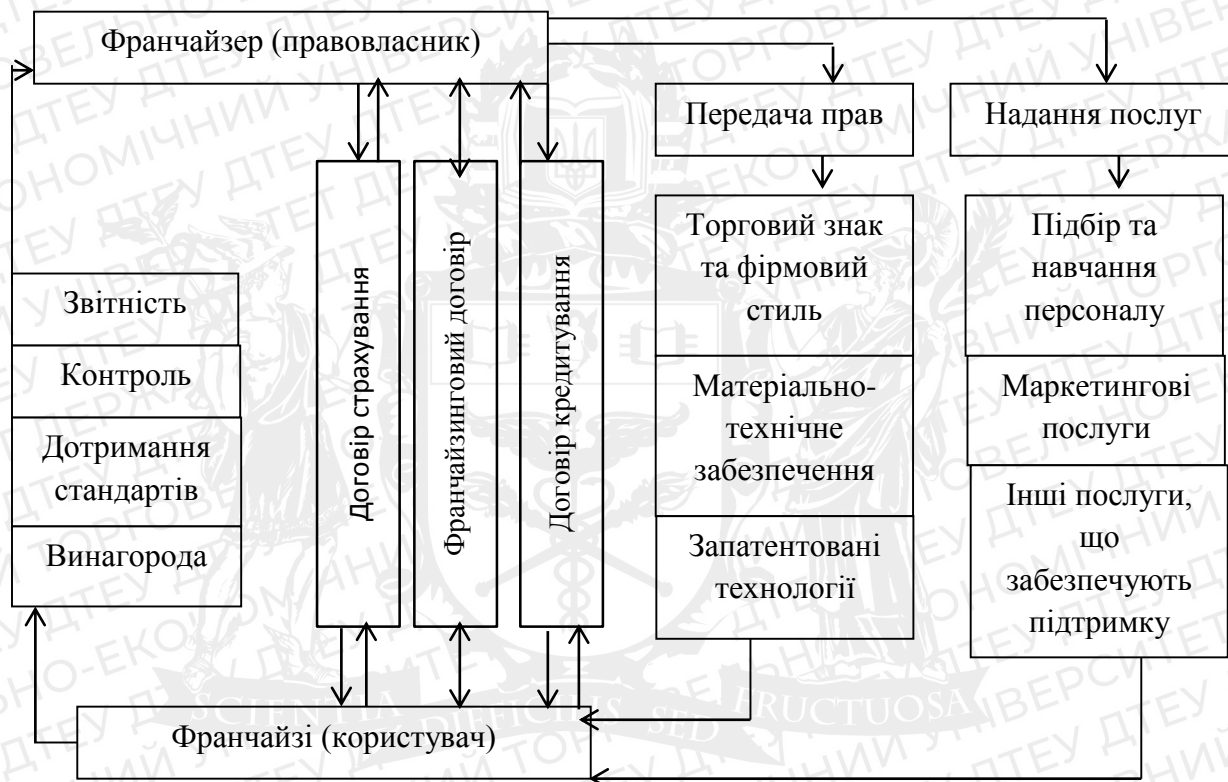


Рис. 1.1. Схема відносин суб'єктів у системі франчайзингу в міжнародному бізнесу

Джерело: [18]

Зокрема, франчайзер є великим підприємством, яке має у своєму володінні відому торговельну марку та високий імідж на ринку, здійснює надання за визначену винагороду франчайзі право працювати на певній території та на певних умовах, в чітко окреслені терміни, під його торговою маркою та від його імені. Взаємодія сторін в наведені вище схемі будується на договірних відносинах, які і встановлюють основні права та обов'язки учасників франчайзингу. В переважній більшості, частина обов'язків франчайзера та франчайзі встановлені в договорі франчайзингу. Варто

додати, що обов'язки суб'єктів франчайзингу у певних випадках можуть відрізнятися, проте вони завжди повинні базуватися на умові успішного зростання франчайзингової системи.

Таким чином, вивчивши сутність франчайзингу та окресливши його ознаки та взаємодію сторін можна зазначити, що міжнародний франчайзинг передбачає, що франчайзер здійснює передачу права франчайзі представляти його бренд на міжнародному ринку. Відповідно, франчайзинг виступає в ролі засобу, який дозволяє розширити бізнес, його система може бути використана практично до будь-якого виду підприємницької діяльності, проте це не означає, що будь-який бізнес може стати успішним франчайзингом. Основні характеристики франчайзингу в міжнародному бізнесі наведені на рис.1.2.

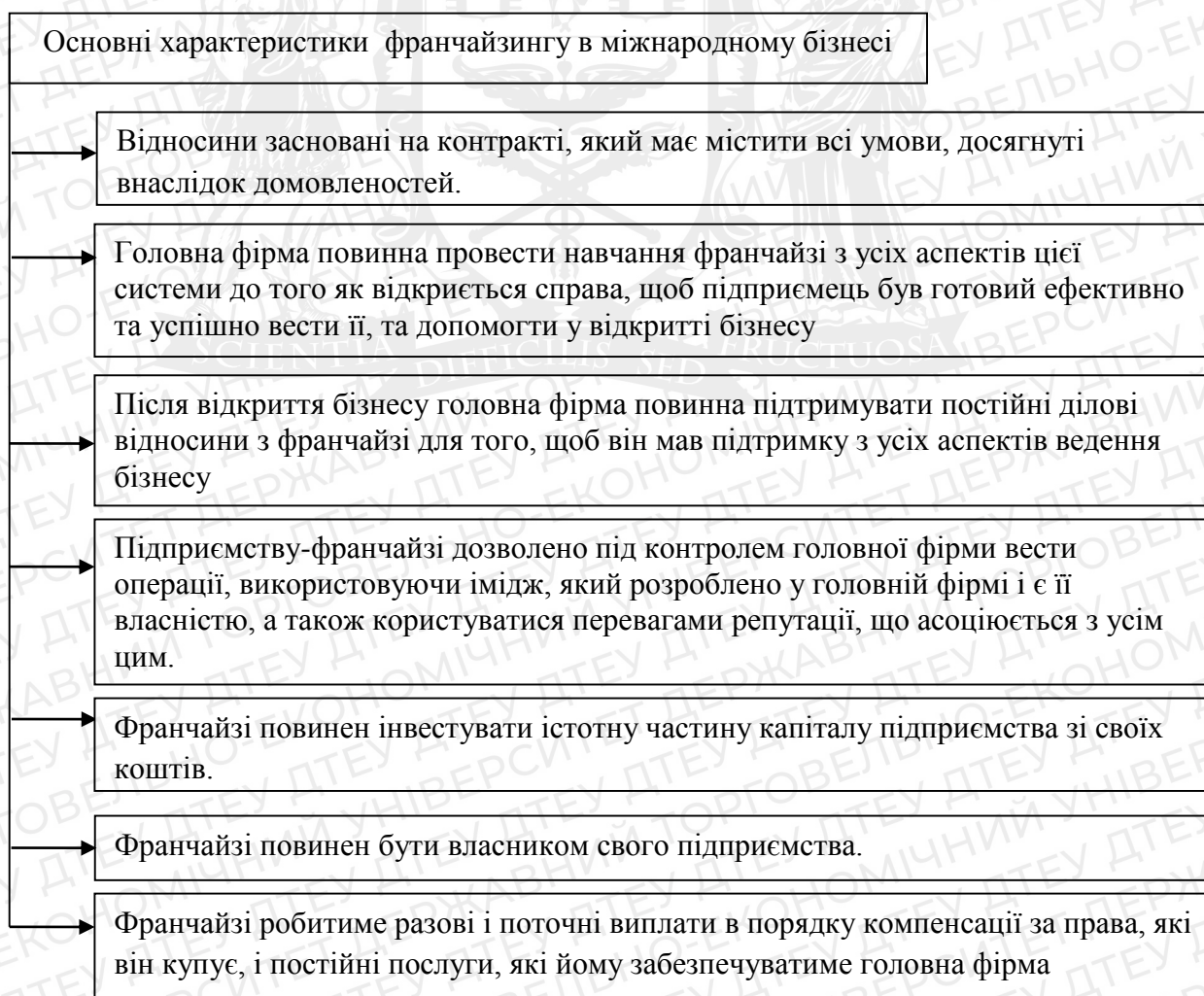


Рис.1.2. Основні характеристики франчайзингу в міжнародному бізнесі

Джерело: побудовано автором на підставі [18]

Варто відзначити, що в науковій літературі присутні різноманітні погляди на класифікаційні ознаки франчайзингу, зокрема, на думку Т. Григоренко, до них належать: тип франчайзингової мережі, технологія ведення бізнесу, сфера господарювання, географічна зона функціонування, кількість товарних марок та рівень ексклюзивності прав [6, с. 115].

Тарасенко С.В. виокремлює 3 види франчайзингу – виробничий, товарний та сервісний та доповнює класифікацію ознакою «ступінь участі партнера у статутному капіталі» [18]. Терещенко М. [16] запропонував наступні класифікаційні ознаки франчайзингу як форми ноу-хау франчайзера та організації системи продажів. Основні види франчайзингу в міжнародному бізнесі згруповані та розглянуті в Додатку А.

Динамічний розвиток даної організаційно-правової форми господарювання зумовив потребу також і в розробці класифікації франчайзингових мереж. Зокрема, франчайзинговою мережею в межах даного дослідження будемо вважати сукупність підприємств франчайзі, що контролюються одним франчайзером [5].

Класифікація франчайзингових мереж в міжнародному бізнесі наведена в табл.1.2.

Таблиця 1.2

Класифікація франчайзингових мереж в міжнародному бізнесі

| Ознака класифікації | Різновиди франчайзингових мереж |
|--|--|
| 1 | 2 |
| Тип франчайзингу (рівень посередництва) | 1. Мережі, що функціонують на засадах класичного (прямого) франчайзингу 2. Мережі, що функціонують на засадах субфранчайзингу 3. Мережі, які функціонують на засадах «послідовного» франчайзингу |
| Технологія ведення бізнесу (сутність господарських відносин) | Виробничі, товарні, сервісні, мережі бізнес-формату, конверсійні змішані |
| Територія (зона функціонування) | 1. Місцеві 2. Регіональні 3. Національні 4. Міжнародні |
| Рівень ексклюзивності прав | 1. Ексклюзивні (виняткові) 2. Типові (невиняткові) |

Продовження табл.1.2

| 1 | 2 |
|---|---|
| Сфера діяльності | 1. Торгові франчайзингові мережі: оптові; роздрібні; оптово-роздрібні. 2. Франчайзингові мережі в сфері ресторанного господарства 3. Франчайзингові мережі в сфері надання послуг: з ремонту автомобілів; надання послуг краси; навчання; працевлаштування; комп'ютерних та консалтингових послуг; у готельному бізнесі; інші послуги. 4. Мережі в інших сферах діяльності |
| Кількість товарних марок | 1. Прості 2. Диверсифіковані |
| Ступінь участі партнера у статутному капіталі | 1. Приватні 2. Спільні 3. Державні |

Джерело: побудовано автором на підставі [5,6]

Франчайзинг взаємодіє з такими сучасними формами підприємницької діяльності як аутсорсинг, лізинг, брендинг, вендинг, інжиніринг (Додаток Б).

Як і будь-який інший спосіб ведення міжнародного бізнесу, франчайзинг має свої переваги та недоліки. За допомогою франчайзингу можна створити стабільні та гнучкі підприємницькі мережі, він сприяє розвитку та розширенню діяльності невеликих підприємств, не вимагаючи при цьому здійснення великих вкладень, надаючи можливості досягти значної ефективності діяльності протягом короткого терміну. Зазначена модель ведення підприємницької діяльності допомагає налагодити відносини між країнами, а також сприяє ефективному розвитку економіки.

Не дивлячись на значні переваги, франчайзингова діяльність у міжнародному бізнесі має і певні недоліки, зокрема вкрай важко у невідомій франчайзеру країні віднайти компетентного франчайзі; навчивши франчайзі усім особливостям ведення бізнесу, франчайзер несе високі ризики створити собі конкурента і, навіть, втратити ринок; при недотриманні стандартів організації та ведення бізнесу франчайзі може призвести до падіння репутації бренду.

Окреслимо переваги та недоліки міжнародного франчайзингу в розрізі його учасників (табл.1.3).

Таблиця 1.3

Переваги та недоліки міжнародного франчайзингу в розрізі його учасників

| Переваги | |
|---|---|
| Для франчайзера | Для франчайзі |
| <ul style="list-style-type: none"> - швидке розширення бізнесу на нових територіях з мінімальним вкладом власних дослідницьких, фінансових і трудових ресурсів. - діяльність франчайзингових підприємств сприяє створенню додаткових робочих місць у різних секторах економіки. - франчайзингові компанії отримують додаткові доходи за рахунок виплат компаніями-франчайзі паушальних платежів та роялті. - франчайзинг сприяє зростанню продажів, стимулюючи операторів торгових точок широко використовувати інновації для випуску нової модернізованої продукції з метою найбільш повного задоволення споживача місцевого ринку. - фірми-франчайзери активно використовують мотиваційні стимули з метою підвищити зацікавленість операторів точок працювати краще та збільшувати об'єм продажу. - невеликі фірми, прагнучи збільшувати темпи економічного зростання, користуються фінансовими послугами як франчайзерів, і венчурного капіталу. | <ul style="list-style-type: none"> - після підписання відповідного договору про створення підприємства, франчайзі зберігає економічну та правову незалежність. - франчайзі отримує підтримку в різних формах від франчайзера, котра дає йому можливість вистояти у конкурентній боротьбі з іншими фірмами. - індивідуальний підприємець зазвичай намагається від початку думати не лише про продаж, а й про те, щоб створити фірмі гарну репутацію. Франчайзі у свою чергу купує собі репутацію разом із покупкою франшизи. - франчайзі значно економить за рахунок формування бізнесу, проведення маркетингових досліджень, реалізації реклами, підготовки кадрів і т.д. - загалом укладання угоди з більш потужним та значною мірою відомим партнером збільшує конкурентні переваги франчайзі. |
| Недоліки | |
| Для франчайзера | Для франчайзі |
| <ul style="list-style-type: none"> - недотримання франчайзі інструкцій та положень франчайзингового договору може призвести до втрати франчайзером його репутації. - франчайзинговий договір нерідко передбачає неможливість для франчайзера розірвати контракт з франчайзі, який не виконує основних положень цього договору. - франчайзі можуть спробувати приховати загальну суму продажу франчайзеру та надати неповний звіт для того, щоб зменшити внески своєму старшому партнеру. - незаконне використання бренду франчайзингу після розірвання договору - неефективна робота компанії-франчайзі підриває авторитет усієї франшизи. - складність контролю над діяльністю франчайзі створює певні Проблеми для основний компанії-франчайзера. | <ul style="list-style-type: none"> - правила, записані у франчайзинговому договорі, повинні виконуватись всіма компанії-франчайзі без винятку та без змін у їхньому змісті. - договір нерідко створює певні проблеми та високі витрати на послуги франчайзера: купівля обладнання, сировини, щорічні платежі тощо. - ризик зміни політики франчайзера у бік, що не відповідає інтересам франчайзі. - угоди є довгостроковими і сильно ускладнюють франчайзі швидкий вихід із бізнесу - недостатній обсяг інформації про фінансове становище франчайзера. Може статися так, що франчайзер оголосить про банкрутство, що може призвести до продажу франшизи. |

Джерело: побудовано автором на підставі [5, 6,10]

Таким чином, в міжнародному бізнесі франчайзинг може набувати різних видів і форм, зважаючи на умови ринку, специфіку діяльності, рівень

співробітництва франчайзера і франчайзі. Системи взаємовідносин сторін всередині кожної форми можуть мати досить великі відмінності, тому досягнення доцільного поєднання переваг та ризиків - це серйозний чинник визначеності та потенціал розвитку франчайзингу.

1.2. Дослідження сучасного стану франчайзингу в Україні та світі

Сучасні масштаби світового поширення франчайзингу є переконливим доказом його ефективності при веденні бізнесу. Станом на 2021 р. франчайзинг успішно розвивався у більш ніж 80 країнах світу: понад 2,5 млн франчайзингових підприємств належать більш ніж 30 тис. франчайзерів. Азія займає лідируючу позицію за кількістю діючих франчайзингових систем у країні (40 %). На друге місце вийшла Європа (28%) та третє місце посідає Північна Америка (15%) [28].

Відповідно до даних International Franchise Association (Міжнародної франчайзингової Асоціації IFA), сьогодні франчайзингова діяльність в США розвивається швидшими темпами, ніж будь-який інший вид підприємницької діяльності, створюючи нові робочі місця та збільшуючи валовий внутрішній продукт та зайнятість населення (табл. 1.3).

Таблиця 1.3

Динаміка результативності франчайзингової діяльності в США

| Показники | 2018 р. | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2022 р. (прогноз) |
|--|---------|---------|---------|---------|-------------------|
| Діючі франшизи | 760,476 | 773,603 | 753,770 | 774,965 | 792,014 |
| Відсоткова зміна, % | - | 1,7 | -2,6 | 2,8 | 2,2 |
| Кількість зайнятих співробітників, тис. осіб | 8274532 | 8503661 | 7532305 | 8192600 | 8449162 |
| Відсоткова зміна, % | | 2,8 | -11,4 | 8,8 | 3,1 |
| Економічний результат від франчайзингу, млрд. дол. | 767,1 | 794,2 | 677,2 | 787,7 | 826,6 |
| Відсоткова зміна, % | - | 3,5 | -14,7 | 16,3 | 4,9 |
| ВВП франчайзингового сектора (млрд. дол.) | 452,1 | 473,4 | 446,3 | 474,2 | 501,0 |
| Відсоткова зміна, % | - | 4,7 | -5,7 | 6,2 | 5,7 |

Джерело: побудовано автором за даними Міжнародної Асоціації з франчайзингу [25, 31]

Кількість діючих франшиз у США щороку зростає і станом на 2021 рік становила 774965, що на 2,8 % більше ніж у 2020 році. Відкриття нових франчайзингових мереж в свою чергу сприяє зменшенню безробіття, та збільшенню зайнятості у даній сфері, яка станом на 2021 рік збільшилась на 8,8% (до 8,2 млн. осіб) в порівнянні з 2020 роком.

Об'єми продажу товарів та послуг у сфері франчайзингу в останні декілька років також постійно збільшуються і у 2021 році склали понад 787 млрд. дол., що на 16,3% більше в порівнянні з 2020 роком. Обсяг ВВП від франчайзингового сектору також збільшується з кожним роком і у 2021 році склав 474,2 млрд. дол, що на 6,2% більше ніж у 2020 році.

Відповідно до прогнозів, 2022 рік стане також потужним роком відновлення після коронавірусної кризи, проте темпи зростання франчайзингу будуть дещо повільнішими внаслідок труднощів в економіці.

Зокрема, згідно прогнозів, ВВП франчайзингового сектору США у 2022 році становитиме 501,0 млрд.дол, тобто зросте на 5,7%; кількість зайнятих співробітників зросте на 3,1% і сягне 8,5 млн. робочих місць, що є більшим на 275000 робочих місць, порівняно з 2021 роком [31].

Економічний результат від франчайзингу в США в 2022 році становитиме 826,6 млрд.дол, тобто зросте на 4,9%. Кількість діючих франшиз у 2022 році становитиме більш як 792 000, зросте дещо меншими темпами, а саме на 2,2%, порівняно з 2021 роком [31].

Як видно з табл.1.4, франчайзинг у США найбільш розповсюджений в таких сферах як:

- персональні послуги (12,72%),
- комерційні послуги (9,81%),
- готелі та житлові послуги (4,48%),
- побутові послуги (14,85%),
- швидкий ресторанний бізнес – (24,3%),
- сфера нерухомості (8,75%),

- роздрібна торгівля продуктами харчування, продуктами та послугами (20,95%),
- ресторани з повний обслуговуванням (4,4%).

Таблиця 1.4

Франчайзингові заклади США за видами діяльності у 2018-2022 році

| Вид діяльності | 2018 р. | 2019 р. | 2020 р. | 2021 р. | 2022 р. (прогноз) |
|---|---------|---------|---------|---------|-------------------|
| Сфера послуг | 103,886 | 102,645 | 97,732 | 99,296 | 100,727 |
| Відсоткова зміна, % | | -1.2% | -4.8% | 1.6% | 1.4% |
| Сектор комерційних і житлових послуг | 66,495 | 67,226 | 73,116 | 75,678 | 77,708 |
| Відсоткова зміна, % | | 1.1% | 8.8% | 3.5% | 2.7% |
| Готелі та житлові послуги | 33,240 | 33,997 | 34,455 | 35,041 | 35,501 |
| Відсоткова зміна, % | | 2.3% | 1.3% | 1.7% | 1.3% |
| Сфера побутових послуг | 114,058 | 118,825 | 110,050 | 114,012 | 117,594 |
| Відсоткова зміна, % | | 4.2% | -7.4% | 3.6% | 3.1% |
| Швидкий ресторанний бізнес | 194,395 | 196,794 | 183,543 | 188,402 | 192,426 |
| Відсоткова зміна, % | | 1.2% | -6.7% | 2.6% | 2.1% |
| Сфера нерухомості | 64,170 | 65,307 | 66,332 | 67,929 | 69,284 |
| Відсоткова зміна, % | | 1.8% | 1.6% | 2.4% | 2.0% |
| Роздрібна торгівля продуктами харчування, продуктами та послугами | 151,390 | 155,649 | 157,538 | 162,579 | 165,955 |
| Відсоткова зміна, % | | 2.8% | 1.2% | 3.2% | 2.1% |
| Ресторани з повним обслуговуванням | 32,843 | 33,160 | 31,004 | 32,027 | 32,819 |
| Відсоткова зміна, % | | 1.0% | -6.5% | 3.3% | 2.5% |
| Всього | 760,476 | 773,603 | 753,770 | 774,965 | 792,014 |

Джерело: побудовано автором за даними Міжнародної Асоціації з франчайзингу [25,

31]

Як бачимо, протягом останніх років франчайзинг у США зазнає суттєвих структурних змін: якщо раніше він переважав в готельно-ресторанному бізнесі, то нині на перший план виходить сектор інших послуг: персональних, бізнесових, з роздрібною торгівлі та ін. (рис.1.3).

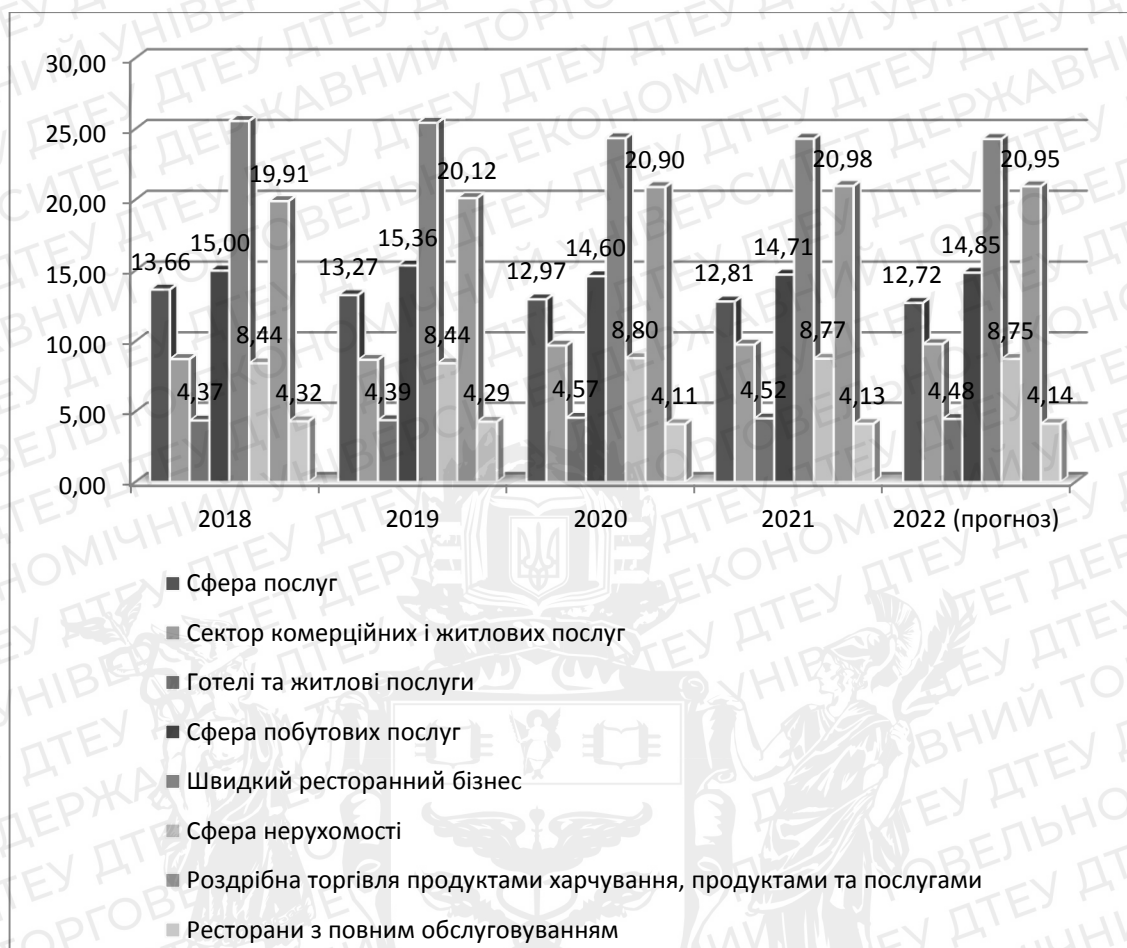


Рис.1.3. Структура франчайзингу США за видами діяльності в 2018-2022 рр., %

Джерело: побудовано автором за даними [31]

Франчайзинг у США охоплює більш ніж 80 галузей національної економіки, маючи 2450 франчайзерів і понад 745 тис. франчайзингових точок (рис.1.4).

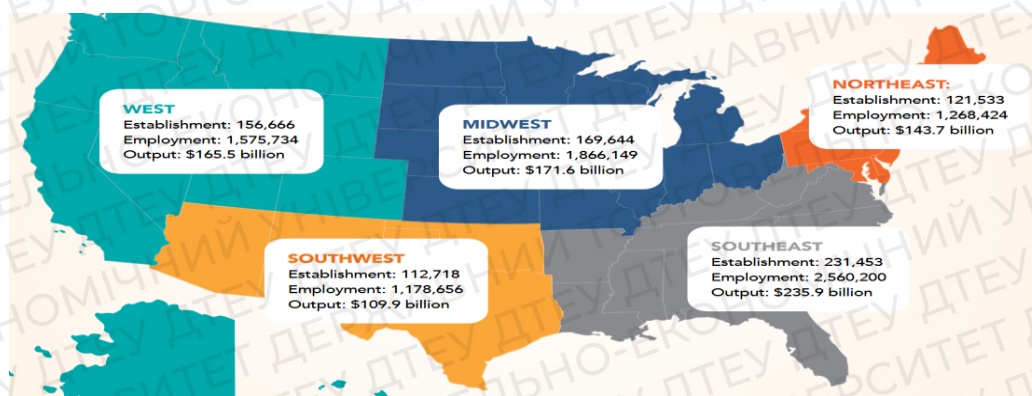


Рис. 1.4. Розвиток франчайзингу в США

Джерело: побудовано автором за даними [31]

У 2021 році франчайзингова активність в США значною мірою відновилася до рівня до пандемії, але у штатах спостерігаються різні рівні економічного відновлення через відмінності в бізнес-кліматі штатів, міграційні тенденції та зміну споживчих уподобань тощо.

Річний обсяг роздрібного продажу у сфері франчайзингу в США досягає більш ніж 40% загального обсягу продаж. Згідно з оцінкою IFA, південний схід має найбільшу концентрацію франшиз порівняно з іншими регіонами, де очікується приблизно 231 500 закладів до 2022 року, 2,6 млн. працівників і внесок в економіку США 235,9 млрд. дол. Середній Захід є другим за величиною регіоном з точки зору франчайзингових установ, далі йдуть Західний, Північно-Східний і Південно-Західний регіони.

Таким чином, американські корпорації, незважаючи на проблеми в світовій економіці, ускладнення в міжнародних відносинах і посилення конкуренції, і по теперішній час зберігають провідні позиції у сфері франчайзингу як одного з основних методів розвитку економіки. Франчайзинг зміцнює позиції не тільки великого бізнесу США, але малого і середнього, що в кінцевому підсумку призводить до росту зайнятості, обсягу виробництва і ВВП. Масштабність операцій як всередині країни, так і за її межами, професіоналізм в роботі і використання нових методів маркетингу, свідчить про те, що американські корпорації, широко застосовуючи цей метод організації бізнесу, будуть намагатися зберегти лідерство у сфері франчайзингу.

Доцільно буде також звернутися до рейтингу країн за кількістю франчайзерів в 2021 році. На першому місці перебуває Китай (4500 франчайзерів), потім США (2500 франчайзерів) та Південна Корея (2400 франчайзерів). А серед країн ЄС у цьому рейтингу лідерами є Франція (1369 франчайзерів), Німеччина (1000 франчайзерів) та Іспанія (920 франчайзерів). Таким чином, три країни ЄС входять до країн-лідерів за кількістю франчайзерів на ринку. А якщо розглянути рейтинг країн-лідерів за кількістю зайнятих у франчайзингу, то серед усіх країн за кількістю зайнятих у

франчайзингу лідирують США та Китай. З країн ЄС в рейтингу присутні Франція (690 тис. чол.) та Німеччина (470 тис. чол.) [31].

У Європі перші форми франчайзингу з'явилися в XIX ст. Однак франчайзинг почав активно розвиватися тільки після його успішного функціонування в США. За оцінками European Franchise Federation, найбільше франчайзингових брендів зареєстровано у Франції, Туреччині, Німеччині Іспанії [<https://www.franchise-ed.org.au>]. В ЄС найпоширенішими сферами франчайзингу в 2021 р. були: сфера швидкого харчування (57 %), роздрібна торгівля (16 %), оренда житла (15 %), сфера обслуговування (12 %) (рис. 1.5).

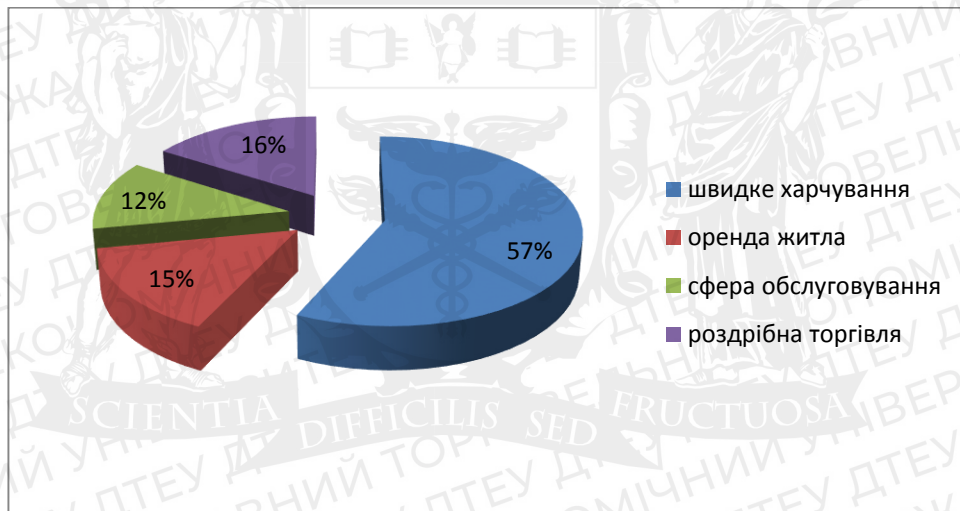


Рис.1.5.Найпоширеніші сфери франчайзингу в 2022 році в ЄС, %

Джерело: побудовано автором за даними [26]

В Додатку В наведені найбільш популярні франчайзингові компанії в Європі в 2022 році. Перші два місця з цього рейтингу належать Франції, що ще раз підтверджує її лідерство в франчайзинговому підприємстві. В 2021 році, наприклад, у країні діяло 1,9 тис. франчайзерів і в загальній складності 78 тис.чол. окремих власників франшизи. У сукупності ці франчайзи наймають майже 670 тис. чол. в різних секторах економіки [26].

Усі франшизи в рейтингу відносяться до сектору роздрібною торгівлі. Це так звані «товарні» франшизи, при яких відсутній паушальний внесок,

франчайзі платить тільки за товар і відкриває магазин під відомим брендом на власні кошти. Із країн ЄС найбільшим вважається франчайзингове співтовариство Франції.

Франчайзинг як бізнес-модель швидко розвивається і в Китаї. Перші пілотні правила франчайзингу в КНР було прийнято в 1997 році. Відтоді вітчизняні франшизи почали активно розвиватися. В кінці 2021 р. у Китаї працювали понад 270000 франчайзингових одиниць – на 26% більше, ніж у попередньому році. До пандемії COVID-19 сектори, де найбільше використовувався франчайзинг - освіта дорослих, раннє дитинство навчання, мовні курси, фітнес-класи тощо. Також були затребувані послуги з догляду за людьми похилого віку та послуги гостинності [28].

Насамкінець, наведемо ТОП-10 найбільших франчайзингів світу в 2022 році, відповідно до Звіту 2022 Top 100 Franchises Report [33].

Таблиця 1.5

ТОП-10 найбільших франчайзингів світу в 2022 році

| Ранг категорії | Загальний рейтинг | Франшиза | Сфера діяльності | Країна | Заснування бізнесу | З якого року діє франшиза | Кількість одиниць (2021) |
|----------------|-------------------|----------------------------------|--------------------|--------|--------------------|---------------------------|--------------------------|
| 1 | 2 | 7-Eleven | крамниці | США | 1927 | 1964 | 77000 |
| 2 | 4 | Marriott International | Готельне гос-во | США | 1967 | 1967 | 7800 |
| 3 | 9 | Ace Hardware | Роздрібна торгівля | США | 1928 | 1928 | 5585 |
| 4 | 10 | Century 21 | Нерухомість | США | 1979 | 1979 | 13225 |
| 5 | 13 | InterContinental Hotels Group | Готельне гос-во | Англія | 1946 | 1956 | 6030 |
| 6 | 15 | RE/MAX | Нерухомість | США | 1973 | 1975 | 8775 |
| 7 | 17 | The UPS Store | Доставка | США | 1980 | 1980 | 5370 |
| 8 | 19 | Snap-on Tools | Автомоб.промисл | США | 1920 | 1991 | 4790 |
| 9 | 20 | Hilton Worldwide | Готельне гос-во | США | 1962 | 1965 | 6600 |
| 10 | 21 | Express Employment Professionals | Сфера зайнятості | США | 1983 | 1985 | 850 |

Джерело: побудовано автором за даними [33]

Отже, відповідно до табл.1.5, найбільша концентрація франшиз в світі знаходиться в США. Одним з найбільш наочних і переконливих прикладів розвитку і становлення франчайзингової системи є діяльність всесвітньо відомої фірми «McDonald's Corporation», яка і в даний час є безперечним лідером в індустрії швидкого обслуговування

Розглянувши динаміку світового ринку франчайзингу, перейдемо безпосередньо до аналізу українського. За даними компанії Franchise Group, протягом 2017-2021 років кількість франчайзерів в Україні зростала, і франчайзинг, як модель розвитку бізнесу, набирає своїх обертів в Україні. Оскільки зростання франчайзингу можливе тільки в умовах економіки, що стабільно розвивається, в 2022 році у зв'язку з військовими діями в даному напрямку виникли певні проблеми, однак попри війну 57% мереж франшиз не закрили жодного об'єкта [29].

Станом на початок 2022 року в Україні працювало 592 компанії-франчайзери, франчайзинг в країні розвивається (рис.1.6).

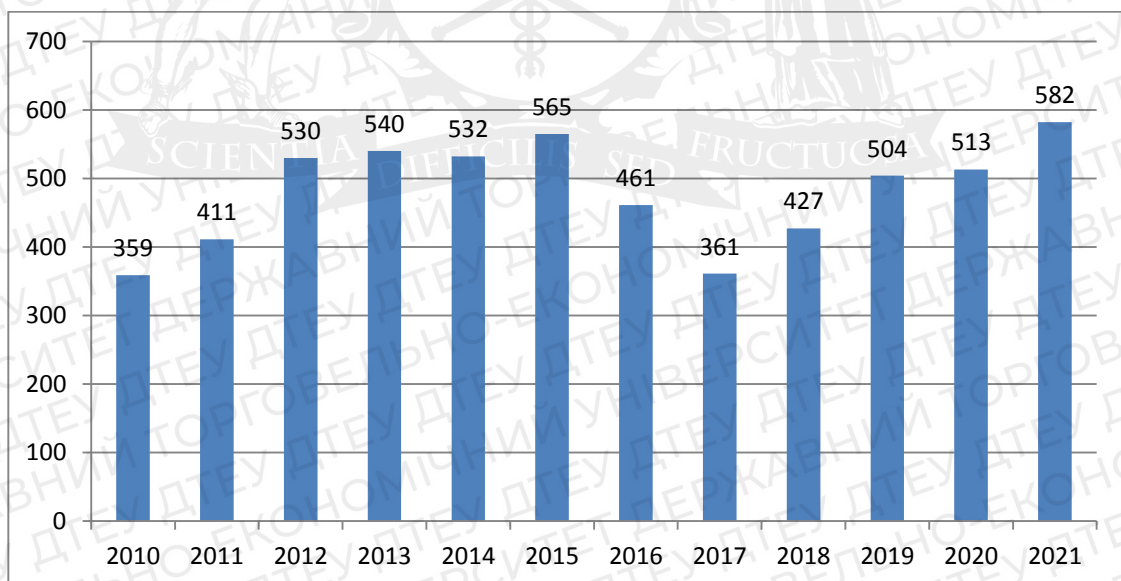


Рис.1.6. Динаміка кількості франчайзерів в Україні протягом 2010 – 2021 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [1]

На початок 2022 року в Україні працювало 24 тис. франчайзингових об'єктів, для підприємств, які впроваджують франчайзинг, зазначена бізнес-модель стала ключовим напрямком бізнесу. Тобто компанії, які мають

декілька об'єктів і впроваджують франчайзинг, зосереджуються на продажу самої франшизи, що дозволяє їм дуже швидко рости, залучати інвестиції та 20 тис. підприємців обрали для себе шлях розвитку бізнесу, через купівлю франшизи, що говорить про довіру до українських компаній франчайзерів, трендовість та прибутковість українського бізнесу.

Сьогодні перше місце займає сфера послуг, потім ритейл, потім громадське харчування (рис.1.7). Це пов'язано зі світовою споживчою тенденцією і економікою вражень. Відповідно, розвиваються і створюються ті бізнеси, які користуються популярністю у населення. Також прогнозовано зріст ритейл через активне створення власних виробництв, цю тенденцію зумовив COVID-19, а також бажання багатьох компаній виходити на міжнародні ринки з власним збутом.

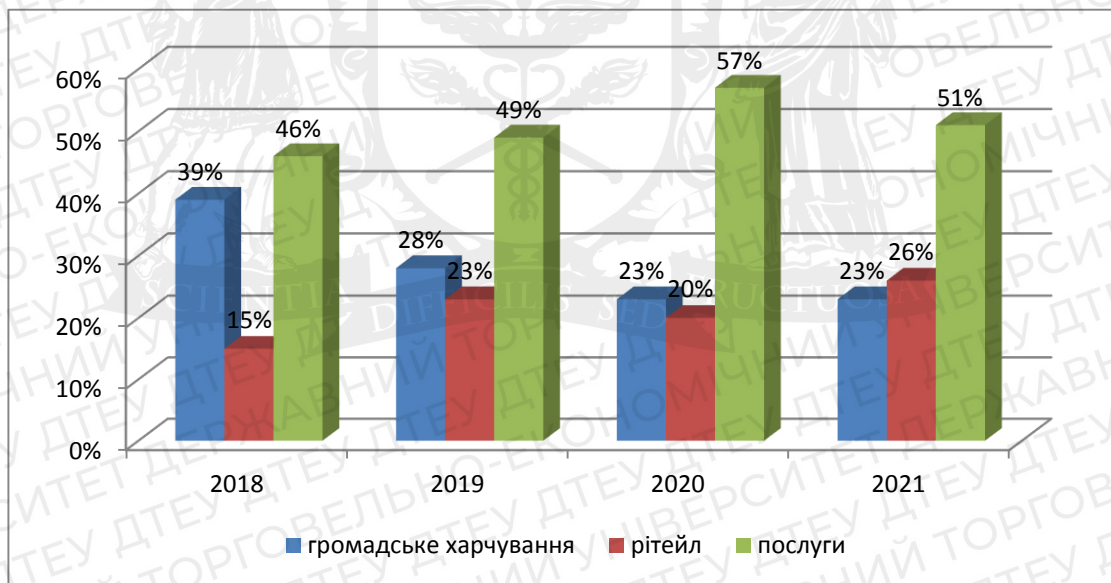


Рис.1.7.Сфери розвитку франчайзингу в Україні протягом 2018-2021 рр.

Джерело: побудовано автором за даними [1]

З кожним роком кількість іноземних франшиз в Україні скорочується (рис.1.8). Це обумовлено різноманітними економічними чинниками, однак головним з них є стрімкий технологічний і системний розвиток українських компаній, які мають попит та конкуренцією форматів, які мають гнучкість та ручне управління. Великим міжнародним гравцям іноді простіше піти з

ринку чи зупинити діяльність, ніж швидко пристосовуватися до умов нестабільної економічної ситуації та попиту, які наразі характерні для України.

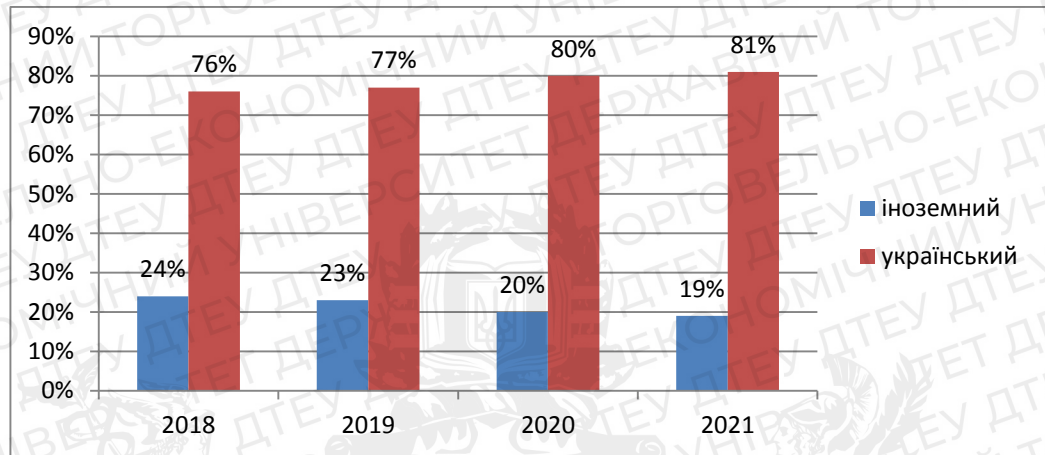


Рис.1.8. Походження франчайзингових брендів, 2018-2021 рр.

Джерело: побудовано автором

Найбільш вигідними франшизами станом в 2022 році були «DNIPRO-M», «Pizza Celentano», продуктовий ритейл «Spar» (Додаток Г).

Відповідно до статистичних даних, 69% франчайзингових мереж поширені тільки в Україні, 31% - поширені також і за кордоном. Виходячи з міжнародного досвіду, під час кризи франчайзинг зростає. Найкращими франчайзі є топ-менеджери, які з певних причин пішли з роботи та готові розпочати власний бізнес, що відбувається і зараз в Україні. За 2022 рік десятки українських брендів та компаній відкрилися за кордоном: «Нова пошта», «Львівські круасани», Harry Time, «Хотдожна», «Кебаб Шеф», Gastro Oma, G.BAR та інші.

Найбільш привабливими регіонами для розвитку франчайзингу наразі є Польща та Захід України. Потенційні країни розвитку франчайзингу наведені на рис.1.9. Відповідно до статистичних даних, 34% запитів на франшизу надходять з-за кордону. 54% запитів - з України, 23% - сусідніх країн Польщі, Литви, Чехії та Словаччини, 11% - Великобританія, США, Канада, Швейцарія, Німеччина тощо, 20% - запити не надходять.



Рис.1.9. Частка мереж, які обрали певні країни для масштабування

Джерело: [1]

Отже, проведений аналіз світового та українського ринку франчайзингу дозволяє говорити про його розвиток та зміщення з сфери готельно-ресторанного бізнесу до сектору інших послуг: персональних, бізнесових, з роздрібною торгівлі та ін.

Висновки до розділу 1

Проведене дослідження теоретичних та практичних аспектів франчайзингу і міжнародному бізнесі надало змогу зробити наступні висновки.

1. Франчайзинг у широкому розумінні - це система просування на ринок товарів і послуг, технологій, виду певного бізнесу та способу ведення підприємницької діяльності, у вузькому розумінні він являє собою франчайзинговий договір. Суть франчайзингу в міжнародному бізнесі полягає в тому, що франчайзер (власник франшизи) передає право франчайзі (покупцеві франшизи) представляти власний бренд на міжнародному ринку.

2. Було встановлено, що в бізнес-практиці франчайзинг приймає різноманітні види та форми залежно від умов ринку, специфіки діяльності, рівня співробітництва франчайзера та франчайзі.

3. Аналіз міжнародного ринку франчайзингу дозволив встановити, що франчайзингова діяльність в усьому світі розвивається швидшими темпами, ніж будь-який інший вид підприємницької діяльності. Кількість діючих франшиз щороку зростає, відкриття нових франчайзингових мереж сприяє зменшенню безробіття та збільшенню зайнятості у даній сфері. Об'єми продажу товарів та послуг у сфері франчайзингу та обсяг ВВП також постійно збільшуються.

4. Було встановлено, що протягом останніх років світовий франчайзинг зазнає суттєвих структурних змін: якщо раніше він переважав в готельно-ресторанному бізнесі, то нині на перший план виходить сектор інших послуг: персональних, бізнесових, з роздрібною торгівлі та ін.; найбільша концентрація франшиз в світі знаходиться в США.

5. Український ринок франчайзингу також розвивається, станом на початок 2022 року в Україні працювало 592 компанії-франчайзери. Сьогодні перше місце займає сфера послуг, потім ритейл, потім громадське харчування. З кожним роком кількість іноземних франшиз в Україні скорочується. Найбільш привабливими регіонами для розвитку франчайзингу наразі є Польща та Захід України.

РОЗДІЛ 2

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

2.1. Оцінка сприятливості бізнес-середовища України для розвитку франчайзингу

Для початку відзначимо, що бізнес-середовище є складною, багатовимірною, багатофункціональною системою, яка включає сукупність всіх внутрішніх та зовнішніх умов діяльності суб'єктів господарювання, які здійснюють вплив на ефективність їх функціонування.

Як вже було зрозуміло з викладеного матеріалу в першому розділі даної роботи, для розвитку франчайзингу вкрай важливим є діловий клімат в країні. Як показує досвід, відкрити бізнес в Україні доволі легко, проте подальше його ведення зіштовхується з різноманітними бюрократичними процедурами.

Для початку пропонуємо проаналізувати бізнес-середовище України для розвитку франчайзингу. Одним з показників, який має відношення до політико-правового середовища є Індекс глобалізації КОФ, динаміка якого показана в табл. 2.1. Його структура визначає економічні, соціальні та політичні аспекти глобалізації.

Таблиця 2.1

Динаміка Індексу глобалізації КОФ України за 2016-2020 рр.

| Показники/роки | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 |
|------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Загальна глобалізація де юре | 71,86 | 72,84 | 72,99 | 73,67 | 73,1 |
| де факто | 76,92 | 76,7 | 76,04 | 74,76 | 72,86 |
| Економічна | 64,05 | 64,96 | 66,01 | 64,39 | 62,0 |
| Політична | 89,37 | 89,24 | 88,32 | 88,35 | 88,00 |
| Соціальна | 70,32 | 70,41 | 70,38 | 69,04 | 69,00 |

Джерело: побудовано автором за даними [32]

Останнє значення показника Індексу глобалізації КОФ в Україні становить 73,1 бали, середній світовий показник у 2020 році на основі досліджень 191 країни становить 61,39 б. [32], позитивним є те, що даний показник переважає середній світовий рівень. Показники де-юре є меншими, ніж показники де-факто, відповідно законодавчий, інституційний механізм сприяння глобалізації створений та реально в процесах економічного, соціального та політичного характеру задіяний.

Наразі ми не можемо напевне оцінити легкість ведення бізнесу в Україні, оскільки Світовий банк призупинив публікацію звітів, проте відзначимо, що в 2020 році за даним показником Україна займала 64-е місце серед 190 країн та покращувала свої позиції (в 2019 році – 71 місце). Зокрема, покращення спостерігалися в напрямку спрощення отримання дозволів на будівництво; спрощення умов отримання електроенергії; підвищення прозорості системи управління земельними ресурсами; посилення захисту міноритарних інвесторів; скорочення часу імпорту завдяки тому, що відбулося спрощення вимог сертифікації відповідності для певних товарів; поліпшення доступу до кредитної інформації; спрощення умов реєстрації бізнесу; оптимізації оподаткування тощо.

За індексом економічних свобод Україна посідала в 2021 році 127 місце серед 177 країн (рис.2.1).

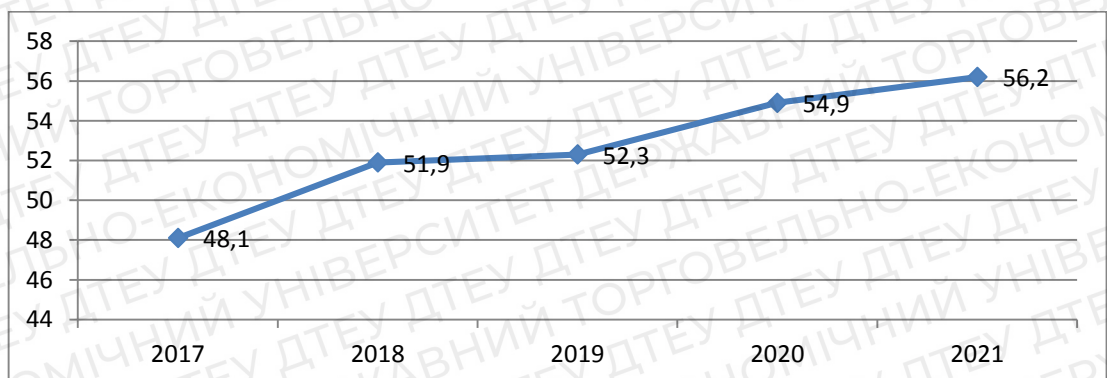


Рис.2.1 Динаміка індексу економічних свобод в 2017-2021 рр.

Джерело:[24]

За даними Economic Freedom Index 2022 [24] Україна опустилася на три позиції у рейтингу економічних свобод, посівши 130 місце серед 177 країн. Оцінка України знизилася на 2,1 п. і становить 54,1 б зі 100 можливих. Отже, наразі Україна ще знаходиться у середніх рядах «переважно невірільних» країн. Серед найбільших проблем – сприйнятливість судової влади до політичного тиску, корупція та хабарництво, які послаблюють довіру суспільства. Зважаючи на війну в Україні, оцінка економічної свободи була призупинена в 2023 році. Низькі рейтинги в Індексі економічної свободи та інших міжнародних дослідженнях однозначно вказують на системні недоліки в критичних сферах прозорості, ефективності та відкритості, які заважають повній реалізації економічного потенціалу країни.

Отже, розглянувши основні показники економічного та політико-правового середовища, доцільно відзначити, що, незважаючи на значні покращення в усіх сферах, Україні багато чого потрібно зробити. Звісно, на дані рейтинги значно вплинуть військові дії на території нашої країни, тому ймовірно вони будуть ще нижчими.

В 2023 році найбільш популярними франшизами в Україні були наступні (табл.2.2).

Таблиця 2.2

Найбільш популярні франшизи в Україні в 2023 році

| Назва | Загальна характеристика |
|-------------------------|---|
| 1 | 2 |
| Сфера харчування | |
| Джигіт | мережа ресторанів грузинської кухні у форматі Fast-Casual. Обсяг інвестицій – від \$30 000. Вступний внесок – від \$8000 до \$15 000, залежно від формату ресторану. Роялті – 3%. Період окупності становить від 9 до 12 місяців. |
| Good Beer | міжнародна мережа пабів та магазинів розливної пива. Придбати франшизу можна у кількох форматах: магазин-острів, магазин розливної пива (формат to go), класичний паб, паб із нескладним меню, паб із розширеним меню. Обсяг інвестицій залежить від обраного формату, розміру франчайзингової точки та узгоджується з кожним франчайзі індивідуально. Роялті -0%, 2%. Вступного внеску немає. Термін окупності – від 1,5 місяців |
| MUCHO GUSTO | мережа магазинів іспанської гастрономії – хамони, сири, вина, делікатеси, ексклюзивна продукція прямо з Іспанії. Середній показник чистого доходу: 6000-8000 євро на місяць. Спеціальна промо вартість франшизи для магазинів MUCHO GUSTO Україна всього 9999 євро. Окупність від 6 міс |

Продовження табл. 2.2

| 1 | 2 |
|-------------------------|--|
| Salateira | міжнародна мережа ресторанів здорового харчування. Необхідний обсяг інвестицій для запуску фудкорту становить \$200 000, а для відкриття ресторану – \$300 000. Розмір роялті в Україні становить 3% (в інших країнах – 4%). Вступний внесок – \$20 000. Період окупності – від 36 місяців |
| Grill Pab | міжнародна мережа гриль-ресторанів. Вступний внесок відсутній, сума інвестицій для запуску фудкорту стартує від \$28 100, а для відкриття стаціонарного закладу – від \$33 800. Роялті – 2% від обороту. Термін повернення інвестицій – від шести місяців |
| Gemini espresso club | кавова мережа з 20-річною історією. Обсяг інвестицій – від 300 тисяч гривень. Розмір вступного внеску – від 28 000 до 56 000 гривень. Маркетинговий внесок – від 1000 до 2000 гривень на місяць |
| Mr.Grill Hotdogs&Burger | мережа хот-дог барів. Розмір паушального внеску становить від \$5 000 до \$10 000, обсяг інвестицій – від \$52 000 до \$90 000. Термін окупності – від 22 місяців. Роялті - 2% від доходу закладу |
| IQ Pizza | мережа піцерій. Інвестиції – від \$30 000. Вступний внесок – \$5 000. Роялті – 3,5%. Рекламний внесок – 1% доходу. Термін окупності – від 12 місяців |
| Сфера послуг | |
| Dream Hostel | професійна мережа хостелів нового покоління. Залежно від розміру хостелу, обсяг інвестицій може становити від 200 000 до 2 500 000 гривень. Вступний внесок – від 50000 до 200000 гривень. Період окупності – від 9 до 30 місяців |
| English University | франшиза мережі мовних курсів. Розмір інвестицій може становити від \$10 000. Термін окупності – від 1 до 1 року. Роялті – 3%. |
| LaLaEnglish | франшиза мережі шкіл англійської мови. Сума інвестицій - від \$ 34 000. Роялті - 15%. Період окупності – від 14 місяці |
| Fast Line Studio | мережа салонів краси нового покоління. Початковий внесок – \$7000. Обсяг інвестицій – від \$38 500 до \$75 000. Термін окупності – два роки |
| Colorit | франшиза центрів малювання кольоровим піском. Обсяг інвестицій – від \$3600. Термін окупності – від 3 місяців. Роялті та вступний внесок відсутні |
| FoodEx | сервіс щоденної доставки здорового п'ятиразового харчування. Розмір інвестицій - \$10 000. Вступний внесок - від \$3000 до \$5000. Роялті – 5%. Термін окупності становить 12-14 місяців. |
| Сфера торгівлі | |
| Columbia | мережа фірмових магазинів одягу та взуття для активного відпочинку американського бренду. Розмір інвестицій – від \$25 000. Термін окупності – від 12 до 18 місяців. Вступного внеску немає |
| Santan | мережа магазинів сантехніки. Розмір інвестицій – від \$21 885. Термін окупності – від 11 місяців. Вступний внесок – від \$1500 |
| BUDUSUS HI | мережа суші-магазинів формату Take Away з сервісом доставки. Вступний внесок – \$5000. Розмір інвестицій від \$25000 до \$40000. Роялті - 3% від виторгу. Маркетинговий збір - 1% від виторгу. Термін окупності – від 8 місяців |
| Reserved | Франшиза мережі магазинів одягу для жінок, чоловіків та дітей. Інвестиції: \$100000 Вступний внесок: відсутній/ Відрахування: відсутні Окупність: від 12 міс. Регіони розвитку: Україна Площа: 300 м2/ Персонал: 5 чол. |
| Bershka | Ціна франшизи Bershka починається від 30 тисяч доларів. Немає паушальних внесків. Роялті - 3%. Окупність проекту становить 14-17 місяців. Необхідна мінімальна площа приміщення починається від 100 кв. м. |

Джерело: побудовано автором на підставі [14]

Безумовно, сьогодні в Україні можна знайти будь-яку франшизу, але водночас вибір франшизи в деяких сферах діяльності обмежений, наприклад у сільському господарстві чи виробництві. Негативним моментом є те, що з кожним роком кількість іноземних франшиз в Україні зменшується. Це зумовлено різними економічними факторами, але ключовий - стрімкий технологічний і системний розвиток українських компаній, які мають попит та конкуренцією форматів, які мають гнучкість та ручне управління. Великим міжнародним гравцям іноді простіше піти з ринку чи зупинити діяльність, ніж швидко адаптуватися під умови нестабільної економічної ситуації та попиту, які є в Україні [1].

Отже, найбільша кількість франшиз наразі функціонує у сфері послуг. Відзначимо, що основні тенденції розвитку франчайзингу в Україні глобально не відрізняються від світових, що обумовлено необхідністю стандартизації можливостей та ресурсів. Однак, слід враховувати наявність у будь-якій державі певної специфіки розвитку бізнес-системи, обумовленої культурно-психологічним, соціально-економічним, правовим та іншими факторами. Відповідно, наразі найкраще оцінити ключові тенденції розвитку франчайзингу сфери послуг ми можемо, скориставшись методикою PEST-аналізу (табл.2.3).

Таблиця 2.3

PEST-аналіз розвитку франчайзингу в сфері послуг в міжнародному бізнесі

| Політичні фактори | Економічні фактори |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - військові дії на території країни; - відсутність механізму обов'язкової реєстрації договорів франшизи, які координують франчайзинг; - відсутність норм та стандартів регламентації франшизної пропозиції на переддоговірному етапі; - нестача юристів, які спеціалізуються на франчайзингових відносинах; - недосконалість законодавчої бази; - відсутність системного підходу до класифікації видів франчайзингу; - складні умови для організації та ведення бізнесу | <ul style="list-style-type: none"> - економічна нестабільність в країні; - нестабільність валютного курсу; - невисока купівельна здатність; - підвищення рівня безробіття; - відносно невелика ємкість ринку для відкриття великих франчайзингових проектів; - низький рівень розвитку банківського кредитування; - низька конкурентоздатність вітчизняних франшиз. |

Продовження табл.2.3

| Соціально-культурні чинники | Технологічні чинники |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - спосіб мислення підприємців (очікування швидкого прибутку); - відсутність у вітчизняних підприємців досвіду роботи в рамках франчайзингу; - несумлінне ставлення до виконання договірних зобов'язань і до чужої інтелектуальної власності | <ul style="list-style-type: none"> - невисокі темпи зростання підприємств, які використовують новітні технології; - недостатній розвиток інфраструктурних об'єктів; - невеликі вкладення в науково-дослідні розробки |

Джерело: розроблено автором

Наразі більшість з наведених факторів стримують розвиток франчайзингу в Україні, проте, незважаючи на них, даний напрямок міжнародного бізнесу продовжує розвиватися. Отже, негативний вплив на розвиток франчайзингу здійснюють:

- недосконалість законодавства і нормативно-правової бази щодо франчайзингових відносин. Доцільно відзначити, що частина відомих закордонних інвесторів відкривають на території нашої країни власні підприємства, не використовуючи франчайзингову форму діяльності, поясненням цьому виступає недосконалість законодавства стосовно захисту інтелектуальної власності;
- більшість українських підприємців необізнані з основними принципами ведення бізнесу на умовах франчайзингу;
- відсутня практика апробації бізнесу. Якщо проаналізувати зарубіжний досвід, то можна відзначити, що за кордоном франчайзер не має права продавати франшизу, якщо не було апробації ведення бізнесу за нею. В Україні франчайзер може не вести комерційну діяльність, але практикувати продаж франшизи [15, с.143];
- частина українських підприємств до цього часу не відповідають міжнародним стандартам франчайзингу;
- українські підприємці не завжди готові дотримуватися стандартів діяльності, які встановив франчайзер, що може нести негативний вплив на імідж торгової марки франчайзингової мережі;

- не існує цілковитої захищеності українських франчайзі у франчайзингових відносинах з закордонними партнерами;
- відзначається низька конкурентоздатність вітчизняних франшиз;
- значне обмеження розвитку бізнесу податковими нормами, внаслідок чого підприємці змушені шукати «обхідні шляхи» у здійсненні паушального внеску та роялті.

До соціально-психологічних проблем франчайзингу можна віднести: побоювання банкрутства та провалу у суб'єктів франчайзингової системи - франчайзера та франчайзі; відсутність відповідної поваги інтелектуальної власності; побоювання франчайзі позбутися самостійності тощо.

Дані проблеми тісно пов'язані з проблемами, як з економічною погляду, та і з правового. Вступаючи в систему франчайзингу, франчайзі відчуває низку побоювань, які спричинені як економічними, так і правовими аспектами. Основне побоювання - це банкрутство, яке може бути викликано невірними діями франчайзера. Саме, правова основа повинна забезпечити спокій франчайзі, оскільки він є власником своєї фірми, юридичною особою, що має бути підтверджено необхідними юридичними аспектами.

Найважливіший соціально-психологічний аспект системи франчайзингу – це традиційна неповага до інтелектуальної власності. Для вирішення цієї проблеми потрібне поєднання економічних та правових впливів, які зможуть зробити неефективним несанкціоноване використання чужої інтелектуальної власності. Також освіта займає особливе місце серед основних проблем франчайзингу. Ця проблема викликана тим, що представники малого бізнесу мають слабку підготовку у сфері франчайзингу. Вирішити цю проблему можна лише створенням мережі навчальних та центрів консультацій щодо франчайзингу.

Система франчайзингу може стати неефективною при зіткненні з проблемами технологічного характеру, тому що не розвиненість сукупності матеріально-технічної бази для реалізації процесу матеріального виробництва призводить до збою роботи франчайзингових відносин між

франчайзером та франчайзі (неефективна логістика, рух товару і т.д.), тому особливу увагу потрібно приділяти технологічним чинникам.

Отже, нестабільність і непередбачуваність вітчизняної економіки, складна політична ситуація, військові дії не сприяють розвитку франчайзингових відносин. На жаль, ці фактори становлять найбільшу загрозу інвестиційним проектам. Закордонні франчайзери уникають можливості освоєння українського ринку, віддаючи перевагу більш стабільним ринкам країн Європи. Підсилює проблему недостатній рівень розвитку вітчизняного банківського сектора і сфери кредитування.

2.2.Пріоритети розвитку франчайзингу в міжнародному бізнесі

Незважаючи на низький рівень частки франчайзингу в Україні в порівнянні з закордонними показниками, протягом останніх років спостерігається тенденція до приросту франчайзерів. Ринок франчайзингу надає значні переваги для української економіки, тому вкрай важливо сприяти розвитку даному напрямку міжнародного бізнесу.

Велику роботу для цього проводить Торгово-промислова палата України, яка є недержавною, неприбутковою організацією, та на добровільних основах об'єднує підприємців та юридичних осіб з метою створення розвиненого та конкурентоспроможного українського бізнесу на світових ринках. Саме вона займається популяризацією франчайзингу. До її основних функцій в даному напрямку належать:

- збір та розповсюдження успішного досвіду впровадження франчайзингу;
- сприяння діалогу франчайзерів та франчайзі з органами державної влади;
- участь в розробці та реалізації програм економічної та інформаційної підтримки в частині впровадження франчайзингу;

- участь у розробці методик оцінки бізнесу за рівнем стандарту франчайзингу;
- ініціювання через засоби масової інформації обговорення актуальних питань франчайзингу;
- приймає участь в заходах з розвитку франчайзингу;
- надання сприяння українським організаціям та підприємцям у ознайомленні, використанні та розповсюдженні зарубіжного та вітчизняного досвіду в області франчайзингу;
- підготовка пропозицій щодо організації конференцій та семінарів щодо створення сприятливих умов для розвитку франчайзингу тощо.

Зокрема, регіональними Торгово-промисловими палатами постійно проводяться безкоштовні консультаційні онлайн-заходи у форматі вебінарів, практикумів, а також майстермайд-сесій для спільного вирішення бізнес-завдань учасників на тему франчайзингу.



Рис.2.2. Приклад заходів, які проводяться регіональними торгово-промисловими палатами з метою підтримки розвитку франчайзингу

Джерело: [9]

Програми вебінарів розраховані на представників мікро-, малого та середнього бізнесу і, органи місцевого самоврядування, що працюють з бізнесом, громадські організації.

З метою розвитку франчайзингу в Україні та вдосконалення діяльності Торгово-промислової палати, ми пропонуємо на постійній основі проводити тренінги під назвою «Від одного до мережі або як успішно масштабувати свій власний бізнес», практична цінність яких полягатиме у комплексному підході до методів масштабування бізнесу. Учасники запропонованого тренінгу отримають дорожню карту по розвитку бізнесу за системою франчайзингу, що надасть можливість вже через 3 міс. розпочати продажі франшизи. Перший тренінг планується провести у червні 2023 року у приміщенні Київської торгово-промислової палати (вул. Б. Хмельницького, 55). Вартість зазначеного тренінгу становитиме 5000 грн. за 1 учасника (вартість навчання включає роздаткові матеріали, каву, обіди).

Основна мета рекомендованого тренінгу полягатиме в отриманні, закріпленні та вдосконаленні знань, які є необхідними для масштабування бізнесу; виключення типових помилок суб'єктів підприємництва і управлінців під час формування системного розуміння алгоритму масштабування за системою франчайзингу. Програма тренінгу наведена в табл.2.4.

Таблиця 2.4

Програма рекомендованого тренінгу від Київської торгово-промислової палати з метою розвитку франчайзингу в Україні

| День | |
|-------------|--|
| Перший день | <ul style="list-style-type: none"> - показники для масштабування бізнесу - перспективи та ризики масштабування бізнесу - порівняльні характеристики видів масштабування - успішні приклади різних видів масштабування - франчайзинг - досконала форма масштабування бізнесу - переваги і ризики франчайзингу. |
| Другий день | <ul style="list-style-type: none"> - з чого починати? - дорожня карта щодо створення франшизи власного бізнесу від «А» до «Я». - особливості розробки та реалізації франчайзингових проектів в різних сферах підприємницької діяльності - вихід на зовнішні ринки! - успішні стратегії побудови вітчизняних франчайзингових мереж. - як не потрібно масштабувати свій бізнес! - кому і як продавати свою франшизу? - лайфхак: як правильно обрати франшизу і не дати себе обдурити. - тренди франчайзингу 2023 р. |

Джерело: власна розробка автора

Запропонований тренінг будуть проводити О. Алексеєнко, який є експертом з франчайзингу і розвитку бізнесу, управляючим партнером компанії Franchising Full Cycle та О. Лук'янов, який експертом з франчайзингу, управління і розвитку мереж цієї ж компанії.

Крім наведених вище пропозицій, проведений в попередньому розділі аналіз дозволив виокремити наступні необхідні напрямки змін у бізнес-середовищі: воно повинно бути стійким до основних видів ризику, бути забезпеченим технічною підтримкою; враховувати особливості діяльності суб'єктів ринку; бути фінансово гнучким; товари і послуги мають бути підтримані торговельною маркою та мати відмітні характеристики.

Отже, з метою поширення франчайзингу, як міжнародного бізнесу доцільно зосередитися на:

- створенні системи податкових пільг;
- створенні мережі навчальних та консультаційних центрів з франчайзингу;
- зміцненні законодавчої бази, розробці та прийнятті нових законів в даній сфері;
- розробці організаційного та управлінського механізму регулювання діяльності франчайзингових мереж.

На разі основним викликом для розвитку франчайзингового бізнесу є нестабільна ситуація в Україні через війну, відповідно підприємцям важко працювати. Крім того, розвитку франчайзингу перешкоджають недосконалість законодавчої бази України; відсутність досвіду роботи за умов франчайзингу в українських бізнесменів; несумлінне ставлення до умов договорів, укладених із франчайзером; недостатній рівень розвитку банківського сектора і сфери кредитування в Україні.

Особливого значення набуває необхідність прийняття закону України «Про франчайзинг» [13], спроби прийняти якого відбуваються з 2001 року, декілька спроб його прийняття було і у 2015 році, на той момент основними вимогами до даного закону були:

- затвердження знижених ставок оподаткування для окремих категорій бізнесу;

- вимога того, щоб франчайзер надавав франчайзі фінансову модель, юридичний пакет та франчайзинговий пакет документів, за яким він планує працювати. Основним завданням фінансової моделі є демонстрація потенційним франчайзі реальних фінансових сценаріїв, що базуються на реальних результатах функціонування мережі, а також визначення реального терміну повернення інвестицій;

- вимога законної заборони франчайзі використовувати досвід і модель франчайзера після розриву договору з ним та ін.

Отже, законодавство з франчайзингу повинне містити умови, які будуть захищати обидві сторони бізнесу, закон повинен встановити чіткі правила діяльності, яких повинні будуть дотримуватися обидві сторони.

Таким чином, проведене дослідження довело, що франчайзинг є вдалою моделлю зростання малого і середнього бізнесу, володіє певними перевагами, які надають можливість більш ефективно організувати бізнес з меншими витратами та підвищити конкурентоспроможність економіки. Це система, яка допомагає дає можливість бізнесу нових перспектив розвитку, шляхом побудови дієвої франчайзингової мережі.

Висновки до розділу 2

1. Оцінка сприятливості бізнес середовища країни показала його несприятливість для розвитку франчайзингу, причинами чого є військові дії, низький рівень економічної свободи, показники індексу глобалізації знаходяться на середньому рівні, легкість ведення бізнесу в країні теж вимагає свого покращення.

2. Було встановлено наявність значної кількості проблем, зокрема негативний вплив на розвиток франчайзингу здійснюють: недосконалість законодавства і нормативно-правової бази щодо франчайзингових відносин;

необізнаність більшості українських підприємців з основними принципами ведення бізнесу на умовах франчайзингу; відсутність практика апробації бізнесу; не готовність завжди дотримуватися стандартів діяльності, які встановив франчайзер; неефективний захист українських франчайзі у франчайзингових відносинах з закордонними партнерами; низька конкурентоздатність вітчизняних франшиз; значне обмеження розвитку бізнесу податковими нормами.

Запропоновано на рівні регіональних торгово-промислових палат проводити тренінги з метою розвитку франчайзингу в Україні та вдосконалення діяльності Торгово-промислової палати, практична цінність яких полягатиме у комплексному підході до методів масштабування бізнесу.

3.3 метою поширення франчайзингу, як міжнародного бізнесу доцільно було запропоновано: створити систему податкових пільг; заснувати мережу навчальних та консультаційних центрів з франчайзингу; зміцнити законодавчу базу, розробити та прийняти нові закони в даній сфері; розробити організаційний та управлінський механізм регулювання діяльності франчайзингових мереж.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

У випускній кваліфікаційній роботі напрацьовано практичні рекомендації щодо розвитку франчайзингу в міжнародному бізнесі, що мають теоретичне і практичне значення, спрямовані на вирішення основних завдань роботи відповідно до поставленої мети.

1. Аналіз літературних джерел надав змогу визначити франчайзинг у широкому розумінні як систему просування на ринок товарів і послуг, технологій, виду певного бізнесу та способу ведення підприємницької діяльності, у вузькому розумінні він являє собою франчайзинговий договір. Суть франчайзингу в міжнародному бізнесі полягає в тому, що франчайзер (власник франшизи) передає право франчайзі (покупцеві франшизи) представляти власний бренд на міжнародному ринку.

Встановлено, що в науковій літературі присутні різноманітні погляди на класифікаційні ознаки франчайзингу, відповідно в бізнес-практиці франчайзинг набуває різноманітних видів та форм, в залежності від умов ринку, специфіки діяльності, рівня співробітництва франчайзера та франчайзі.

2. Аналіз міжнародного ринку франчайзингу дозволив встановити, що франчайзингова діяльність в усьому світі розвивається швидшими темпами, ніж будь-який інший вид підприємницької діяльності. Кількість діючих франшиз щороку зростає, відкриття нових франчайзингових мереж сприяє зменшенню безробіття та збільшенню зайнятості у даній сфері. Об'єми продажу товарів та послуг у сфері франчайзингу та обсяг ВВП також постійно збільшуються.

Було встановлено, що протягом останніх років світовий франчайзинг зазнає суттєвих структурних змін: якщо раніше він переважав в готельно-ресторанному бізнесі, то нині на перший план виходить сектор інших послуг: персональних, бізнесових, з роздрібною торгівлі та ін.; найбільша концентрація франшиз в світі знаходиться в США.

Аналіз статистичних даних дозволив виявити, що український ринок франчайзингу останніми роками, хоч і невеликими темпами, але розвивається, серед сфер бізнесу перше місце займає сфера послуг, потім ритейл, потім громадське харчування. У зв'язку з наявними проблемами, з кожним роком кількість іноземних франшиз в Україні скорочується. Найбільш привабливими регіонами для розвитку франчайзингу наразі є Польща та Захід України.

3. Оцінка сприятливості бізнес середовища країни показала його несприятливість для розвитку франчайзингу, причинами чого є військові дії, низький рівень економічної свободи, показники індексу глобалізації знаходяться на середньому рівні, легкість ведення бізнесу в країні теж вимагає свого покращення. Було встановлено наявність значної кількості проблем, зокрема негативний вплив на розвиток франчайзингу здійснюють: недосконалість законодавства і нормативно-правової бази щодо франчайзингових відносин; необізнаність більшості українських підприємців з основними принципами ведення бізнесу на умовах франчайзингу; відсутність апробації бізнесу; неготовність завжди дотримуватися стандартів діяльності, які встановив франчайзер; неефективний захист українських франчайзі у франчайзингових відносинах з закордонними партнерами; значне обмеження розвитку бізнесу податковими нормами.

Запропоновано на рівні регіональних торгово-промислових палат проводити тренінги з метою розвитку франчайзингу в Україні та вдосконалення діяльності Торгово-промислової палати, практична цінність яких полягатиме у комплексному підході до методів масштабування бізнесу. З метою поширення франчайзингу, як міжнародного бізнесу було запропоновано: створити систему податкових пільг; заснувати мережу навчальних та консультаційних центрів з франчайзингу; зміцнити законодавчу базу, розробити та прийняти нові закони в даній сфері; розробити організаційний та управлінський механізм регулювання діяльності франчайзингових мереж.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналіз ринку франчайзингу в Україні. URL: <https://franchisegroup.com.ua> (дата звернення 12.02.2023)
2. Асоціація ритейлерів України. URL: <https://rau.ua/novyni/ukrayini-gynok-franchajzyngu> (дата звернення 12.02.2023)
3. Асоціація франчайзингу України. URL: <https://franchising.org.ua> (дата звернення 12.02.2023)
4. Батьковець Н.О. Ринок франчайзингових послуг та перспективи його розвитку. Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Економічні науки. № 68, 2022. С.124-128.
5. Винограська А.М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку: монографія. К.: Центр навч. літератури, 2014. 807 с.
6. Григоренко Т.М. Класифікація франчайзингових мереж у роздрібній торгівлі. Проблеми економіки. 2016. № 4. С. 114-119.
7. Данніков О.В. Проблеми побудови та функціонування франчайзингових систем в Україні. Маркетинг в Україні. 2018. №5. С. 62-69.
8. Дорожня карта запуску франшизи в Україні. URL: https://franch.site/ukr/roadmap?utm_source=google&utm_medium=cpc&utm_campaign=search.ua.roadmap&utm_term=%D1%84%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%87%D0%B0%D0%B9%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B3&gad=1&gclid=EAIaIQobChMIq_Olqei3_gIVisJ3Ch3eBgDNEAAYA SAAEgLmWvD_BwE(дата звернення 20.04.2023)
9. Запорізька і Сумська ТПП реалізують спільний проєкт для бізнесу за підтримки ЄС та ПРООН. URL: <https://uccr.org.ua/press-center/regional-chambers-news/seriia-vebinariv-dlia-biznesu-u-gradni> (дата звернення 20.04.2023)

10. Козак Л.В. Франчайзинг як ефективна модель ведення бізнесу: досвід в США та перспективи розвитку в Україні. URL: <https://naub.oa.edu.ua/2016> (дата звернення 12.02.2023)
11. Лазоренко Т. Розвиток франчайзингу у світі та в Україні. Соціально-економічні проблеми і держава. 2017. Вип. 2 (17). С. 199-207
12. Попри війну 57% мереж франшиз не закрили жодного об'єкта. У чому стійкість франчайзингу? Дослідження Franchise Group. URL: <https://forbes.ua/company/popri-viynu-57-merezh-franshiz-ne-zakrili-zhodnogo-obekta-u-chomu-stiykist-franchayzingu-doslidzhennya-franchise-group-28122022-10805> (дата звернення 12.02.2023)
13. Проект Закону України «Про франчайзинг» №7430 від 21.12.2017 URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH5QE00A.html (дата звернення 12.02.2023)
14. Рейтинг франшиз України. ТОП-50 – найпопулярніші франшизи України в 2023 році. <https://inventure.com.ua/analytics/articles/luchshie-franshizy-v-ukraine-v-2019-po-versii-inventure> (дата звернення 20.04.2023)
15. Ситник Н.С. Розвиток франчайзингу в Україні як складник інвестиційної політики держави. 2018. Вип. 1(2). С. 140-144.
16. Терещенко М. Франчайзинг як партнерський бізнес. К.: Економіка. Фінанси. Право. 2021. 457 с.
17. Тонюк М.О. Франчайзинг як особлива форма організації та функціонування бізнесу в Україні. Економіка і суспільство. 2021. Вип. 9. С. 687-689.
18. Тарасенко С.В. Міжнародний бізнес: навчальний посібник. Суми : Сумський державний університет, 2021. 222 с.
19. Торгово-промислова палата України. URL: <https://uccr.org.ua/> (дата звернення 12.02.2023)
20. Топ 30 європейських франшиз 2022. URL: <https://f.partnerkin.com/c/evropejskie> (дата звернення 12.02.2023)

- 21.ТОП Франшизи 2023: найбільш вигідні франшизи в Україні. URL: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/top-franshizy-2021-samyevygodnye-franshizy-v-ukraine>(дата звернення 12.02.2023)
- 22.Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення 12.02.2023)
- 23.European Franchise Federation. URL: <https://eff-franchise.com> (дата звернення 12.02.2023)
- 24.Economic Freedom Index 2023. URL: <https://www.heritage.org/index/country/ukraine>(дата звернення 12.02.2023)
- 25.Franchise Group. Аналітичний звіт ринку франчайзингу. URL: <https://franchisegroup.com.ua> (дата звернення 12.02.2023)
- 26.Franchises in Europe. URL: <https://topfranchise.com/international-franchise-opportunities/european> (дата звернення 12.02.2023)
- 27.Franchise statistics for Europe. URL: <https://www.franchise-ed.org.au/uncategorized/franchise-statistics-for-Europe> (дата звернення 12.02.2023)
- 28.Franchise Business Economic Outlook: 2018-2022. URL: <https://www.franchisedirect.com> (дата звернення 12.02.2023)
- 29.Franchising Trends To Be On The Lookout For In 2023. URL: <https://www.forbes.com/sites/forbesfinancecouncil/2023/01/04/franchising-trends-to-be-on-the-lookout-for-in-2023/?sh=3cb43a549e91> (дата звернення 12.02.2023)
- 30.Inventure. URL: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/top-franshizy-2021-samyevygodnye-franshizy-v-ukraine> (дата звернення 12.02.2023)
- 31.International Franchise Association, IFA URL: <https://www.franchise.org/> (дата звернення 12.02.2023)
- 32.KOF Globalisation Index. URL: <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html> (дата звернення 12.02.2023)

33. Top 100 Franchises 2022 / Franchise Direct . URL:
<https://www.franchisedirect.com/top-100-franchises-2022>(дата звернення
12.02.2023)

34. The Best Franchise Deals Special Report. QSR Magazine, Food News
Media, 2021, p. 9. URL: <https://www.qsrmagazine.com/reports/9-best-franchise-deals> (дата звернення 12.02.2023)

35. 2021 Top Global Franchises Ranking. URL:
<https://www.entrepreneur.com/franchises/topglobal/2021> (дата звернення
12.02.2023)



ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця А.1

Характеристика видів франчайзингу

| Види франчайзингу | Характеристика |
|--|---|
| Виробничий | передбачає передачу франчайзі прав на виробництво та збут продукції під торговою маркою франчайзера з використанням запатентованої технології виробництва, матеріалів, сировини чи вихідного компонента продукції. |
| Торговельний | передбачає можливість реалізації певних товарів (видів товарів), а також застосовування маркетингових схем їх реалізації. Франчайзі наділяється правом використання бренду франчайзера, надається підтримка у вигляді навчання персоналу, добору асортименту для продажу та інших питань, які пов'язані з наданням торговельних послуг споживачеві. |
| Сервісний | можливим є використання ноу-хау франчайзера при наданні певного виду послуг. Торговельна марка, фірмовий стиль тощо є невід'ємними частинами сервісного франчайзингу. В свою чергу, змішаний франчайзинг вживається доволі широко та поєднує в собі характеристики зазначених вище видів франчайзингу. |
| Франчайзинг дистрибуції продукту та франчайзинг бізнес-формату | В першому випадку франчайзі має право на продаж асортименту товарів чи надання послуг під торговою маркою франчайзера. Франчайзинг бізнес-формату передбачає, що франчайзі, крім права продавати товари чи надавати послуги, одержує такі технології як контроль якості та обліку, робочі процедури, маркетинг та рекламу, навчання працівників тощо. |
| Прямий франчайзинг | передбачає укладання угоди безпосередньо між франчайзером і франчайзі на відкриття франчайзингової точки. |
| Франчайзинг розвитку території | При відбувається відкриття франчайзингових точок у межах певної території; у цьому виді франчайзингу, як правило, бере участь суб-франчайзі. |

Додаток Б
Таблиця Б.1

Сучасні форми підприємницької діяльності, які використовує франчайзинг

| Визначення форм підприємницької діяльності | Використання у франчайзинговій діяльності |
|---|---|
| Аутсорсинг – використання зовнішніх ресурсів для виконання функцій підприємства, тобто залучення компанією для ведення своєї господарської діяльності факторів виробництва, контрольованих і організованих іншими фірмами в інтересах компанії-замовника | Під час здійснення франчайзингової діяльності одна сторона (правовласник) зобов'язується надати іншій стороні (користувачеві) за винагороду на строк або без зазначення строку право використовувати в підприємницькій діяльності користувача комплекс належних правовласнику виключних прав, що включає право на товарний знак, знак обслуговування, а також права на інші передбачені договором об'єкти |
| Лізинг. Це підприємницька діяльність, яка спрямована на інвестування власних чи залучених фінансових коштів і полягає в наданні лізингоодержувачу у виключне користування на визначений термін власного майна лізингодавця або придбанні лізингодавцем за дорученням лізингоодержувача і за погодженням з ним у продавця майна та передачі його у виключне користування лізингоодержувачу на визначений строк, за умови сплати лізингоодержувачем періодичних лізингових платежів | Використовується у франчайзинговій діяльності великих компаній з дрібними виробничо-підприємницькими структурами, за якої малі підприємства (франчайзі) можуть функціонувати під егідою великих організацій (франчайзерів), користуючись їхнім обладнанням на правах сублізингу |
| Брендинг. Необхідний фактор для ефективного просування товарів на ринку. Мета – створення чіткого образу бренду і чітке формування напрямку комунікацій. Брендінг включає в себе роботи з дослідження ринку, позиціонування продукту, створення торгової марки, слогану, товарного знаку, фірмового стилю, упаковки тощо. | Використовується як ефективний інструмент просування національних брендів як всередині країни, так і за її межами. |
| Вендинг (англ. vending від vend – торгувати (через автомати) – один із різновидів роздрібною торгівлі, сутністю якого є продаж товарів і послуг за допомогою автоматизованих систем (торгівельних автоматів (вендорів) або терміналів) [24]. | Використовується у комплексі базових елементів франчайзингу, належних для подальшого використання і дотримання |
| Бенчмаркінг (англ. Benchmark (bench – рівень, висота, mark – позначка)) – процес пошуку кращих прикладів здійснення діяльності у певній сфері. | У франчайзингу використовується при розробленні стратегії діяльності франчайзі стосовно застосування досвіду компанії- франчайзера щодо способів просування товару, підтримки торгової марки, бізнесу в цілому тощо. |
| Інжиніринг – інженерно-консультаційні послуги, пов'язані з підготовкою виробничого процесу, його забезпеченням на кожному етапі, а також супроводом процесу реалізації продукції | У франчайзингу використовується при здійсненні маркетингових досліджень щодо реалізації проекту франшизи, розробленні техніко-економічного обґрунтування проекту, при закупівлі обладнання і матеріалів. |
| Венчурні фонди являють собою спосіб інвестування в ризикові проекти, пов'язані з реалізацією нових інноваційних ідей. | У франчайзингу використовується при відкритті нового інноваційного бізнесу, що супроводжується високими ризиками. |

Додаток В

Таблиця В.1

Найбільш популярні європейські франчайзингові компанії

| № п/п | Назва франшизи | Галузь | Країна |
|-------|----------------|--|-----------|
| 1 | Pierre Cardin | Роздрібна торгівля, брендовий одяг | Франція |
| 2 | Yves Rocher | Роздрібна торгівля, косметика | Франція |
| 3 | Gerry Weber | Роздрібна торгівля, одяг | Німеччина |
| 4 | Tom Tailor | Роздрібна торгівля, взуття | Німеччина |
| 5 | Basconi | Роздрібна торгівля, аксесуари та сумки | Італія |
| 6 | Roberto Bravo | Роздрібна торгівля, одяг | Італія |
| 7 | FiNN FLARE | Роздрібна торгівля, одяг | Фінляндія |
| 8 | Brums | Роздрібна торгівля, дитячий одяг | Італія |
| 9 | Baon | Роздрібна торгівля, брендів одяг | Швеція |
| 10 | DIM | Роздрібна торгівля, білизна | Франція |



Додаток Г
Таблиця Г.1

Франшизи вартістю 20-50 тис.дол

| Назва | Галузь | Кількість франшиз в Україні | Інвестиції, дол | Вступний внесок, дол | Роялті та маркетинговий збір в міс | Період окупності, міс |
|-----------------------------|----------------------|-----------------------------|-----------------|----------------------|--|-----------------------|
| «Галя Балувана» | Продуктовий ритейл | Більше 700 | От 30 000 | 7 500 | \$75 | От 5-6 |
| СУШИ WOK | Харчування | 300 | От 30 000 | От 4 500 | 3,5% | 6-12 |
| Lviv Croissants | Харчування | 146 | От 30 000 | 10 000 | 3% | 12-24 |
| «Наш край» | Продуктовий ритейл | Більше 100 | От 39 720 | 0 | 91,63 грн. за 1м ² торгової площі | 12-48 |
| «Еко Лавка» | Продуктовий ритейл | 98 | От 23 125 | 2 300 | 3% | 12-24 |
| «М'ясомаркет» | Продуктовий ритейл | 200+ | От 25 000 | 0 | 0% | 36-48 |
| «Перша пекарня твого міста» | Продуктовий ритейл | 97 | От 18 000 | От 4000 | 3,5% | От 9 |
| «Сирне королівство» | Продуктовий ритейл | 48 | 26 102 | 11 349 | 4% | 12-18 |
| Rozetka | Непродуктовий ритейл | 36 | 15 000 | 5 000 | 0% | 15-24 |
| Kartofan | Харчування | 12 | От 15 000 | 1 000 | 5% | 6-18 |

Таблиця Г.2

Франшизи вартістю до 20 тис.дол

| Назва | Галузь | Кількість франшиз в Україні | Інвестиції, дол | Вступний внесок, дол | Роялті та маркетинговий збір в міс | Період окупності, міс |
|-------------------|-----------------------|-----------------------------|-----------------|----------------------|------------------------------------|-----------------------|
| «Нова Пошта» | Послуги | 700 | від 1765 | 0 | 0,5% | От 8 |
| Агрома Кава | Харчування | Більше 200 | От 8 828 | 2 648 | 2% | От 6 |
| GOOD BEER | Продуктовий ритейл | 190 | 5 000-12 000 | 0 | 2% | От 3 |
| «Сімейна пекарня» | Продуктовий ритейл | Більше 170 | От 18 000 | 5 000 - 8 000 | 0% | От 10 |
| «Діла» | Послуги | 44 | 18 000 - 34 000 | 0 | 0 | 14-20 |
| -ЛОМБАРД ПАРУС» | Услуги | 115 | От 7091 | 0 | \$93 | 2-6 |
| «Експрес Стрижка» | Услуги | 100 | 8 000-11 000 | 1 000 - 4 166 | 2,5-3% | 10-14 |
| CitySites | Медіа | 70 | 2 118 | н/д | н/д | От 9 |
| I Love kebab | Харчування | 34 | От 18 000 | 4 000 | 2% | От 10 |
| PERFUMS BAR | Не продуктовий ритейл | 25 | 1 000-2 500 | 0 | 0% | 4-6 |
| HOBBY GAMES | Не продуктовий ритейл | 3 | От 17 657 | 0 | 0 | От 12 |

Джерело: [30]

Додаток Д
Таблиця Д.1

Франшизи вартістю більше 50 тис.дол

| Назва | Галузь | Кількість франшиз в Україні | Інвестиції, дол | Вступний внесок, дол | Роялті та маркетинговий збір в міс | Період окупності, міс |
|---|----------------------|-----------------------------|------------------------|----------------------|------------------------------------|-----------------------|
| DNIPRO-M | Непродуктовий рітейл | 146 | 37 000 - 60 000 | 0 | 0% | 12-24 |
| Pizza Celentano Ristorante | Харчування | 45 | від 60 000 - 180 000 + | 10 000 - 20 000 | 3% | 12-28 |
| Spar | Продуктовий рітейл | 53 | 30 000 - 1 200 000 + | 0 | 1% | 12-48 |
| Domino's | Харчування | 60 | 250 000 + | 22 000 | 6% + 1% | від 24 |
| Хімчистки KIMS | Послуги | 49 | 150 000 | 8 000 | \$300 | від 36 |
| «Львівська майстерня шоколаду» | Харчування | 45 | Від 50 000 | 15 000 | 8% | від 6 |
| Ресторани Д. Борисова («Мушля». БПШ. Dogz & Burgerz, «ГастроМаркет», Philadelphia) | Харчування | 45 | від 100 000 | От 30 000 | 5% | від 24 |
| «Молоко от фермера» | Продуктовий рітейл | 56 | від 30 000 | 60 000 | 5% | 11 |
| KFC | Харчування | 48 | Від 700 000 | 46 900 | 11% | від 36 |
| G.Bar | Послуги | 28 | від 65 000 | От 30 000 | 5% | від 36 |
| Maфіa | Харчування | 26 | від 150 000 | 10 200 | 5% | від 18 |

Джерело: [30]