

*Литовка Ю.С., студент; науковий керівник Ніфатова О.М., д.е.н., доц.  
Київський національний університет технологій та дизайну*

### **ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ЕФЕКТИВНА ФОРМА РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В СФЕРІ ПОСЛУГ**

**Анотація.** Стаття присвячена дослідженню франчайзингової форми використання бренда розвитку малих підприємств в сфері послуг. В статті розкрито суть франчайзинга як прогресивної моделі бізнесу, зроблено аналіз взаємовигідності відносин в системі франчайзингу для учасників угоди, досліджено відомі франшизи в Україні.

**Ключові слова:** послуга; франчайзинг; бренд; франчайзер; франчайзі.

*Литовка Ю.С., студент; научный руководитель Нифатова Е.М., д.э.н., доц.  
Киевский национальный университет технологий и дизайна*

### **ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ФОРМА РАЗВИТИЯ МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ УСЛУГ**

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию франчайзинговой формы использования бренда развития малых предприятий в сфере услуг. В статье раскрыта суть франчайзинга как прогрессивной модели бизнеса, сделан анализ взаимной выгоды отношений в системе франчайзинга для участников сделки, исследованы известные франшизы в Украине.

**Ключевые слова:** услуга; франчайзинг; бренд; франчайзер; франчайзи.

*Lytovka Yu.; scientific supervisor Nifatova O.  
Kyiv National University of Technologies and Design*

### **FRANCHISING AS AN EFFECTIVE FORM OF SMALL ENTERPRISE DEVELOPMENT**

**Abstract.** The article is devoted to the research of franchising form of use of small business development brand in the service sector. The article describes the essence of franchising as a progressive business model, analyzes the mutually advantageous relationships in franchising systems for the parties to the agreement, investigates well-known franchises in Ukraine.

**Keywords:** service; franchising; brand; franchisor; franchisee.

**Постановка проблеми.** Стабілізація і поживлення української економіки безпосередньо пов'язані з розвитком малого і середнього бізнесу. В останні десятиліття роль цього сектора економіки серйозно переосмислюється: він розглядається як необхідна умова саморозвитку і стійкості всієї економічної системи України.

Одним із шляхів вирішення проблеми стійкості підприємств є широке використання такої ефективної форми розвитку малих підприємств як франчайзинг.

Франчайзинг являє собою високоефективну форму організації підприємницької діяльності, що характеризується низьким рівнем ризику і володіє стабільним рівнем прибутковості, при цьому виступає як форма тривалого ділового співробітництва.

Використання системи франчайзингу дозволяє більш повно задовольнити споживчий попит і оперативно реагувати на його зміну.

Франчайзинг як особлива форма господарювання надає комплексну дію на основні складові елементи підприємницької діяльності: на засоби праці і на живу працю людини, на ступінь використання техніки, технології та робочої сили. Але, не зважаючи на поширення та зацікавленість суб'єктів підприємництва, концепція франчайзингу все ще залишається вивченою не достатньо.

**Аналіз останніх публікацій та невирішена частина проблеми.** Дану тематику досліджувало багато науковців: Ж. Мелінже [1] досліджував причини, чому компанії у своєму розвитку та експансії як на внутрішніх та зовнішніх ринках дають перевагу моделі франчайзингу. Дж. Стенворт [2] дослідив франчайзинг в малому підприємстві, але не розглядав саме сферу послуг. С. Спінеллі [4] розглядав європейські франшизи, які не

адаптовані до українського ринку. Я. Мюррей [6] описав динаміку розвитку підприємництва на основі франчайзингу, типи франшизи та як досягти успіху.

Починаючи з початку 2000-их років ряд вітчизняних науковців та науковців почали вивчати франчайзингові моделі розвитку бізнес відносин. Серед них І. Рикова [3] вивчав теоретичні та практичні засади розвитку франчайзингу за контрактним управлінням. А.Н. Моклякова та Ю.С. Наровская [17] розглянули перспективи розвитку франчайзингу в Україні. О.В. Данніков [16] – дослідив проблеми функціонування франчайзингу в Україні.

В цих працях розкрито суть франчайзингу як прогресивної форми ведення бізнесу, його основні різновиди, структуру, можливі ризики застосування. Але не зважаючи на значну базу досліджень та робіт, тема франчайзингу в нашій країні залишається молодю, охоплює достатньо невеликий сегмент народного господарства, на відміну від розвинутих ринків США, Франції, Великої Британії, Японії та потребує подальшого вивчення. Ринкові стосунки в Україні все більше адаптуються до міжнародних стандартів і саме тому потрібно більш детально досліджувати моделі франчайзингу, які можуть дозволити багатьом галузям, таким як сільське господарство, легка промисловість, складська логістика, сфера послуг, ефективно розвивати власні підприємства, створювати робочі місця, збільшувати свою конкурентоздатність та інвестиційну привабливість.

**Мета статті** – дослідження ефективності використання франчайзингу для розвитку малих підприємств в сфері послуг.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Малий бізнес в сфері послуг як і раніше потребує дієвої системи підтримки. Однак поки ці питання вирішуються на державному рівні, підприємству залишається розраховувати в основному на свої сили і мобілізувати внутрішні ресурси.

Сьогодні вже з упевненістю можна говорити про те, що в Україні є реальні можливості для вибору нових технологій ведення бізнесу, які дозволяють забезпечити нормальну ділову атмосферу і ефективну його організацію навіть при відсутності потужної фінансової бази і стабільних джерел капіталу. За останні роки в країні з'явилася велика кількість підприємств, що працюють під марками широко відомих національних та міжнародних компаній. Цією новою для України формою діяльності суб'єктів ринку стала широко застосовувана в світовій практиці система франчайзингу, що представляє собою систему взаємовигідних партнерських відносин великого і малого бізнесу.

На даний момент вважається, що франчайзинг – це взаємовигідна форма комерційного взаємодії великої компанії, що є добре зарекомендованій на ринку, і підприємців, основною метою яких є швидке зростання за допомогою використання ноу-хау, ділової репутації, ділового досвіду франчайзера. У актуальний момент часу більш ніж в 80 секторах економіки відбувається функціонування франчайзингових компаній. До головних експортерів франшиз можна віднести Канаду, Австралію, Японію, США, Німеччину, Великобританію і Францію. В відповідність до наданих даними Всесвітньої ради по франчайзингу (WFC), кількість франчайзингових компаній (франчайзі) наближається до 1,5 млн одиниць в усьому світі.

В відповідність з даними Franchise Direct, в 2018 році було зафіксовано зростання частки франчайзингу на глобальному ринку, що призводить до зростання ВВП і зменшення посткризової безробіття. Навіть не дивлячись на ряд переваг, які дозволяють франчайзингу зараз переживати далеко не прості часи, франчайзери готові надавати істотну підтримку своїм франчайзі для збереження частки на регіональних ринках: переводячи розрахунки між собою і своїми франчайзі в гривні замість валюти, знижуючи паушальні внески і роялті.

До головних проблем франчайзингу в Україні можна віднести: нестабільність економічного розвитку України, адміністративні обмеження на ввезення до України цілого ряду товарів, санкції та інші обмеження, відсутність у потенційних франчайзі стартового капіталу, складність отримання кредитів, відсутність правового забезпечення франчайзингу,

малий вітчизняний досвід. Все більшої популярності набирає зворотний франчайзинг. Він являє собою передачу франчайзі прав користування товарним знаком і комплекс виняткових прав на об'єкт франчайзі, а також франчайзер поставляє повний асортимент товарів за агентським договором. За підсумками реалізації товару франчайзер виплачує франчайзі агентську винагороду. Варто зазначити, що даний вид франчайзингу може вирішити відразу дві з вищезгаданих проблем: відсутність у потенційних франчайзі необхідного стартового капіталу і складність, а часом і неможливість, отримання кредитів підприємцями, так як всі початкові витрати бере на себе франчайзер, який повністю організовує весь процес відкриття франшизи, а франчайзі безпосередньо виплачує роялті та інші збори тільки після отримання прибутку.

На сьогоднішній день, перед франчайзингом відкриваються все нові перспективи на вітчизняному ринку. Жвавий інтерес до даної моделі ведення бізнесу може говорити лише про позитивну тенденцію його розвитку. І навіть не дивлячись на всі проблеми розвитку франчайзингу в нашій країні, багато його переваги проявляються особливо помітно під час кризи.

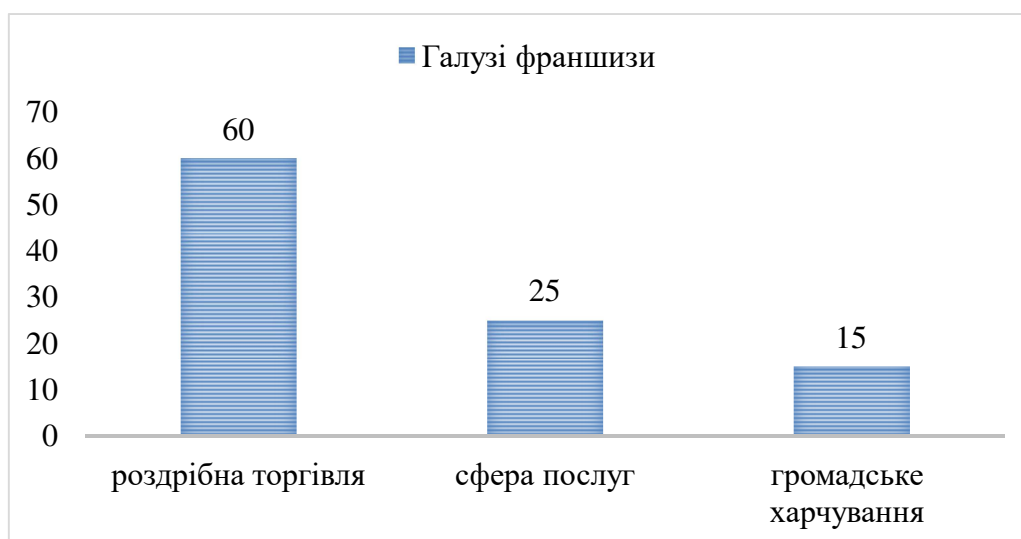
До 2018 року в області франчайзинга було досліджено багато нових підходів, зроблено, ноу-хау, новацій, багато з яких нічого позитивного не показали. Тож до 2018 року франчайзери та франчайзі знаходились у постійному пошуку нових ідей та напрямків. На сьогоднішній день різкого сплеску на ринку немає, однакові учасники ринки зайняті пошуком засобів, інші займаються удосконаленням існуючих моделей. Зарекомендували себе лише перевіреними роками концепції ті галузі, в яких людина постійно потребує. Далі наведено сфери франшиз, які найчастіше купують підприємці:

- продукти харчування: фаст-фуди / стрит-фуди; продуктові лавки, магазини; екопродукти, органіка та т.д;
- краса і здоров'я: салони краси, б'юті-бари; фітнес и спортивні клуби; SPA-салони.

Аутсорсинг стає все більш затребуваним з кожним годом. На цій сфері також можна звернути увагу. Всі більші люди користуються послугами клінінгових компаній. Насправді актуально залишається ремонт і обслуговування автомобілів.

Сама динамічна за розвитком сфера франчайзинга – дитячі центри. Це може бути: навчальні проекти, освітні центри, школа раннього розвитку, технічні площадки.[8]

За даними асоціацій франчайзинга України на сьогоднішній день в країні працює більше 23 000 франчайзингових точок і близько 700 франчайзерів. 65% ринка займає національні франшизи (рис. 1).



Джерело: [8].

Рис. 1. Галузі франшизи на національному ринку

Зараз, в епоху нестабільності та економічних змін в нашій країні, франчайзинг може стимулювати антикризові процеси та сприяти підвищенню ефективності роботи вітчизняних малих підприємств в сфері послуг. Я вважаю, що одне з найбільш вагомих переваг – це можливість об'єднання малого і великого бізнесу, адже франчайзинг є дієвою та ефективною формою ведення малого бізнесу.

Розглянувши популярні франшизи в Україні (табл. 1), можемо зробити висновок, найменше інвестицій потрібно для сфери послуг, тому вони такі популярні на території нашої країни. Також приблизно в такому діапазоні цін і роздрібна торгівля. На мою думку спекулятивний спосіб заробітку найлегший, тому національних франшиз в цій галузі аж 60%.

Таблиця 1

**Вартість популярних франшиз в Україні (2019 р.)**

Франшиза	Інвестиції	Період окупності
<b>Громадське харчування</b>		
Pizza Celentano Ristorante	від 45 000 до 60 000 EUR	2 роки
Salateira	120 000\$	2 роки
Mafia	від 30 000 EUR	24–26 місяців
Mr. Grill Hotdogs & Burger	52 500\$	22–26 місяців
C&T Coffee Teashop	від 30 000 EUR	9–20 місяців
<b>Сфера послуг</b>		
Tez Tour	від 40 000 до 60 000 грн	12–24 місяців
City Sites	від 20 000\$	9–12 місяців
Helen Doron English	25 000 EUR	від 18 місяців
Food Ex	10 000\$	1 рік
Footbik	27 000\$	від 6 місяців
<b>Роздрібна торгівля</b>		
Еко-Лавка	500 000 грн	6–18 місяців
Columbia	25 000\$	від 1 року
Dzintras	від 15 000 до 20 000 EUR	18–24 місяців
Karen Millen	50 000\$	12–18 місяців
uasilverjewellery	від 25 000\$ до 35 000\$	24–36 місяців

Джерело: [18].

Якщо розглядати термін окупності, то сфера послуг приносить прибуток набагато раніше за інших, враховуючи порівняно менші інвестиції, адже це затребувана галузь серед споживача.

Франчайзинг являє собою особливу форму, по якій від одного боку передаються права іншій стороні по відношенню ведення бізнесу, в зв'язку з чим, у правонаступника з'являється можливість надавати послуги від імені даної компанії. Сам власник завдяки цій процедурі розширює свою мережу продажів.

Іншими словами, франчайзинг являє собою нову форму організації бізнесу, коли франчайзер (компанія) передає франчайзі (фізична або юридична особа) право на продаж певної послуги або продукту даної компанії. Франчайзі повинен продавати продукт або послугу у відповідність зі строгими правилами бізнесу і конкретної компанії. Дані правила встановлює франчайзер. Якщо франчайзі буде дотримуватися всіх умов франчайзера, тоді у нього буде право на використання таких даних компанії: ім'я, торгова марка, послуги внутрішнього аудиту, маркетингові технології, послуги експертизи якості.

Такими послугами можуть користуватися і організації, які вже домоглися певного успіху на ринку, але бажають займатися наданням послуг відомої компанії. Така співпраця є

особливою інтегрованою формою великого і малого підприємництва, яка враховує баланс економічних інтересів обох сторін, необхідний для здійснення діяльності.

Таким чином, франчайзер постачає франчайзі своїми товарами, послугами та ін. Всі послуги надаються з урахуванням територіального розташування компанії, а також частини капіталу для батьківської компанії. Франчайзер постійно контролює діяльність франчайзі, завдяки чому цією компанією можуть освоюватися: нові методи управління, процес організації роботи, підготовка досвідчених кадрів. Результатом всього процесу є комплексне підвищення ефективності діяльності і професіоналізму.

Також франчайзер займається консультуванням щодо проблем управління компанією і проведенням торгових операцій. Завдяки франчайзингу малий бізнес обмежує себе від багатьох проблем і труднощів, з якими, як правило, стикається робити при організації малого бізнесу. Успіх франчайзингових компаній обумовлюється тим, що вони є частиною налагодженої системи, яка будується на унікальному механізмі побудови бізнесу. У кризових умовах, які дуже поширені, такий механізм сприяє не тільки виходу з нього, а й примноження капіталу.

Незважаючи на те, що франчайзинг є важливим елементом розвитку малого бізнесу, він також стикається з низкою проблем: мало кваліфікованих фахівців в даній області, на даний момент щодо питань франчайзингу недостатньо розвинена законодавча база, не в повній мірі враховуються особливості поведінки споживачів, недостатність урахування специфіки господарської діяльності в різних регіонах, підприємці відносяться до франчайзингу з підозрою, висока бюрократизація федеральних адміністративних структур, – неефективна податкова система. Незважаючи на численні труднощі, франчайзинг стрімко набирає обертів і сприяє просуванню малого бізнесу. Компанії, що працюють за моделлю франчайзингу, досить успішні в різних країнах.

Франчайзингова форма організації бізнесу проста і ефективна. Суть її полягає в передачі однією компанією (франчайзером) прав на використання свого товарного знака, імені (бренду) іншому підприємству (франчайзі) на певних умовах. Франчайзер надає можливість використовувати також всю систему бізнесу, яка включає в себе рекламну політику, особливості процесу виробництва товару і його просування на ринок, різні технології ведення бізнесу. В результаті франчайзі отримує в своє розпорядження вже утвердилася і перевірену концепцію ведення бізнесу в сукупності з методологічної, консультаційної та рекламною підтримкою. При цьому франчайзі передає франчайзеру частину свого прибутку і незалежності, оскільки робота під ім'ям вже відомої торгової марки передбачає дотримання певних сформованих корпоративних правил ведення бізнесу.

Функціонування франчайзингової системи показує, що брендова стратегія, робить істотний вплив на створення стійких конкурентних переваг і підвищення прибутковості. Якщо раніше центром уваги франчайзера було виконання договірних зобов'язань, то тепер необхідно вивчення маркетингових відносин і поведінки покупця торгової марки. Тому необхідні нові підходи до формування системи відносин між франчайзером і франчайзі. Особливу увагу треба приділяти індивідуальним відносинам, так як по відношенню до кожного франчайзі потрібен свій, особливий підхід.

Розвиток франчайзингу в Україні сприяє інноваційному розвитку компаній, впровадження нових технологій, розширення сфери послуг, появи нових видів послуг і товарів, збільшення робочих місць, підвищення конкурентоспроможності та якості послуг. Вимоги, що пред'являються франчайзером, сприяють розвитку можливостей для підприємців, зміни професійних навичок і вдосконалення виробництва, що призводить до впровадження інновацій.

Франчайзингові мережі виступають в якості каналів трансферу інновацій, в яких компанія-франчайзер виступає розробником інновацій, а компанія-франчайзі є їх споживачем.

Таким чином, франчайзинг є прискорювачем розвитку підприємств сфери послуг. Франчайзинг довів свою ефективність у багатьох країнах світу, тому дана форма ведення бізнесу може стати одним з ефективних інструментів інноваційного розвитку підприємств малого і великого бізнесу в Україні.

**Висновок.** Я вважаю, що франчайзинг може стати перспективним вектором розвитку малого бізнесу в Україні. Але для цього потрібно зміцнювати інвестиційний клімат, для залучення нових інвестицій. Важлива і підтримка з боку уряду. Переваг франчайзингу значно більше і він мінімізує ризики, це особливо приваблює недосвідчених підприємців. Також хотілося б відзначити, що регіональний вітчизняний ринок представляє з себе практично неоране поле, яке в процесі належного інвестування може дати поштовх розвитку малого регіонального бізнесу, збільшення кількості робочих місць, збільшенню податкових відрахувань і т. д. Адже сфера послуг завжди буде на досить затребуваному рівні, особливо враховуючи розвиток технологій.

### Список використаної літератури

1. Меллінже Ж. La Franchise (Gilbert Mellinger, La Franchise: Lastratégie – L'opérationnel Broché – 2010).
2. Стэнворт Дж. Франчайзинг в малом бизнесе: Руководство Барклайз Банка по малому бизнесу / Дж. Стэнворт; пер. с англ.; под ред. Л. Н. Павловой. – М.: Аудит, ЮНИТИ, 1996. – 200 с.
3. Рыкова И. В. Франчайзинг: нове технологии, методология, договоры / И. В. Рыкова. – М.: Современная экономика и право, 2000. – 224 с.
4. Спинелли С. Франчайзинг – путь к богатству / С. Спинелли, Р. Розенберг. – М.: Вильямс, 2006. – 384 с.
5. Дельтей Ж. Франчайзинг / Ж. Дельтей. – СПб: Нева, 2006. – 344 с.
6. Мюррей Я. Франчайзинг: типы франшизы, где достать финансы; как добиться успеха / Я. Мюррей. – СПб.: Питер, 2004. – 144 с.
7. Мендельсон М. Руководство по франчайзингу / Мартин Мендельсон. – М.: Сибли Интернэшнл, 1998.
8. Франчайзинговый рынок Украины сегодня [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ffc.expert/ffc-blog/franchayzingovuyu-rynok-ukrainy>.
9. Оноприенко В. Франчайзинг в вопросах и ответах / В. Оноприенко // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2001. – № 6. – С. 48–54.
10. Пилипенко В. Проблема выбора / В. Пилипенко // Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 2004. – № 2. – С. 24–29.
11. Господарський кодекс України – прийнятий 16.01.2003 р. – К.: Парламентське видавництво, 2003. – 192 с.
12. Цивільний кодекс України – прийнятий 16.01.2003 р. – К.: Кондор, 2003. – 400 с.
13. Гудзь О. Договір франчайзингу: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні / О. Гудзь, О. Кохановська // Людина і політика. – 2003. – № 1. – С. 129–136.
14. Бедринець М. Д. Франчайзинг: світовий досвід і перспективи розвитку в Україні / М. Д. Бедринець // Фінанси України. – 2001. – № 2. – С. 96–104.
15. Манів З. О. Економіка підприємства: навч. посіб. / З. О. Манів, І. М. Луцький. – К.: Знання, 2004. – 580 с.
16. Данніков О. В. Проблеми побудови та функціонування франчайзингових систем в Україні / О. В. Данніков // Маркетинг в Україні. – 2008. – С. 62–69.
17. Моклякова А. Н. Перспектива франчайзингової діяльності в умовах трансформаційної економіки України / А. Н. Моклякова, Ю. С. Наровская // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2011. – № 14. – С. 187–194.
18. Лучшие франшизы в Украине в 2019 по версии InVenture [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/luchshie-franshizy-v-ukraine-v-2019-po-versii-inventure>.