

# РОЗВИТОК ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ В УКРАЇНІ

*Микола Кучма*

*магістрант II-го курсу спеціальності 242 Туризм*

*Владислав Мінський*

*бакалавр I-го курсу спеціальності 014.09 Середня освіта (Інформатика)*

В умовах сьогодення неможливе формування ринку в Україні без збільшення частки малого бізнесу. Інтегруючи малий бізнес у виробничу мережу потужнішої економічної системи, можна сприяти розвитку малого бізнесу, і однією з форм такої інтеграції є франчайзинг. Свідченням успіху франчайзингового бізнесу є компанії, які багато використовують цю стратегію [1].

На сьогоднішній день франчайзинг є вдалою моделлю ведення бізнесу. Він є ефективним інструментом та способом поєднання плюсів малого та великого підприємництва. Франчайзинг – це використання досвіду великих підприємств для розвитку малих. Наразі на ринку України працюють більше 23 тисяч франчайзингових точок. Тобто це вказує на те, що не зважаючи на нестабільну ситуацію в країні за останні роки, розвиток франшизи позитивно впливає на вітчизняний ринок.

Та за останній роки почали з'являтися «фейкові франшизи» через які сповільнюється український ринок франчайзингу. Усього 50% франчайзі виходять в нуль, 20% мають достатній прибуток від своєї діяльності та 30% втрачають свій бізнес.

Серед значної кількості франшиз, які представлені на ринку України, важко вибрати перспективні. За останні роки український франчайзинг розвивається повільно, але стабільно, що підтверджується приростом кількості франчайзингових об'єктів та розширення іноземних та вітчизнах франшиз.

З кожним роком іноземні інвестори стикаються з проблемою українського законодавства. На сьогоднішній день в Україні франчайзинг не регулюється державою, як у інших країнах і регіонах світу. Так, наприклад, у США франчайзинг регулює Федеральна торгова комісія. Нею були прийняті правила регулювання торгівлею та взаємовідносини між франчайзером та франчайзі. На відмінну від США, у Європейському Союзі така діяльність регулюється на державному рівні [9].

Ще одним недоліком франчайзингу в Україні є те, що франчайзер не може розірвати відносини з франчайзі. Адже існує ряд положень, які захищають франчайзі, тому франчайзер не може розірвати контракт. Навіть якщо угода про франшизу досягнута, може бути важко контролювати транзакції, які франчайзі проводить у своєму бізнесі. Багато споживачів розглядають кожен вид франшизи як частину єдиного ланцюжка бізнесу, що

працює під єдиною торговою маркою. Більше того, якщо франчайзі не справляється добре, то це стане поганою репутацією для всієї системи франшизи.

Економічний стабільний розвиток держави в якій знаходиться франшизи запорука гарного бізнесу, але це не про Україну. У нашій державі за останні роки нестабільна політична та економічна ситуація, а прихід пандемії все тільки погіршив. Франчайзери не можуть проаналізувати ринок в Україні та скласти план дій. Через це затримується розвиток франчайзингової діяльності в Україні.

Також, недоліком франчайзингу на території України є недостатність коштів та складність в отриманні кредиту для створення стартового капіталу. Адже кредити для малих підприємств в Україні надаються під значний відсоток.

Звичайно українські франчайзі не мають такого великого досвіду у веденні франчайзингового бізнесу як інші країни. Вони не мають обізнаності у функціонуванні та побудові такої діяльності. Тому вітчизняні франчайзі повинні підвищувати рівень своєї кваліфікації, щоб на український рівень заходило ще більше світових франшиз.

Серед усіх цих недоліків є й позитивні сторони ведення франчайзингової діяльності в Україні. Франчайзинг на сьогоднішній день є ефективним механізмом залучення фінансових та трудових ресурсів для доволі швидкого росту підприємства. Коли така модель бізнесу починає набирати обертів, то приносить додатково фінанси для поширення бізнесу та поступове захоплення ринку або певної ніші.

Також, франчайзинг має великий плюс серед інших видів бізнесу – це швидкість. При купівлі франшизи франчайзі отримує не просто пізнаваний бренд і вже визнаний авторитет, а й методи ведення бізнесу, структуру виробництва, функціонування тощо. Завдяки такій бізнес-моделі ринок України може поповнитися новими світовими брендами у яких українські франчайзі отримають досвід для розвитку та відкриття власного франчайзингового бренду [8].

Завдяки пандемії COVID-19 франчайзинг почав рухатись у іншому напрямку – відбулося виникнення нових тенденцій. Так, наприклад, через закриті кордони та міжнародне авіасполучення внутрішній ринок туризму почав знаходити альтернативні рішення для приваблення клієнтів.

Продовжує зростати попит на франшизи сервісів доставки. Наразі через інтернет споживачі замовляють не тільки їжу, а й будь-які речі зі звичайних магазинів, адже діджиталізація поступово заходить і на ринок франчайзингу. Через пандемію пункти прийому/видачі також почав користуватися попитом у сфері медицини. Зараз багато людей не тільки в Україні, а й у всьому світі користуються такою послугою.

В умовах пандемії багато процесів у сфері франчайзингу почали

автоматизувати та переводити в режим онлайн. Це відбувається майже з усіма послугами, які надає франчайзинговий бізнес. Але через такий потік інформації для споживача в інтернеті є загроза потрапити на сумнівні або низькоякісні проекти – онлайн-навчання, онлайн-медицини, стримінг-фітнес тощо.

Найстійкішою сферою розвитку франчайзингової діяльності є соціальні франшизи. Завдяки кризовому періоду ця сфера підприємництва продовжує розвиватися. Наразі це тренд світового масштабу. Соціальна франшиза ще буде актуальна не один рік. Також зростатиме кількість проектів у ІТ-галузі, виробництвопродуктів харчування та біотехнології [7].

Отже, для того, щоб український ринок франчайзингу продовжував розвиватися потрібно створити для цього всі умови. Почати потрібно із законодавства України щодо франчайзингової діяльності. Уряду потрібно проаналізувати діяльність та закони інших держав світових лідерів у цьому бізнесі. Це потрібно для того, щоб виявити усі позитивні та негативні риси, наприклад, у чинному законодавстві США та спробувати застосувати на вітчизняному ринку.

З появою пандемії на франчайзинговому ринку почали з'являтися нові тенденції для оптимізації процесу. Так, наприклад, стрімкий розвиток доставок як продуктів харчування, готової їжі, так і медикаментів. Також, почали з'являтися спрощені франшизи (наприклад, у ресторані не має посадочних місць, а тільки все на виніс). Така тенденція буде продовжувати зростати з кожним роком.

### Список використаних джерел

1. Keup, Peter E. and Keup, Erwin J. Franchise bible: how to buy a franchise or franchise your own business. - US of America: Entrepreneur PRESS, 2018. – 368 p.
2. <http://www.wto.org> /- офіційний сайт Світової організації торгівлі.
3. <http://www.aafd.org/> Офіційний сайт American Association of Franchisees& Dealers.
4. <http://www.efffranchise.com/> Офіційний сайт European Franchise Federation.
5. <http://www.fdf.org.ua/> Офіційний сайт Ukrainian Franchising DevelopmentFederation.
6. <http://www.npmaf.com/content/> Офіційний сайт Міжнародної академії зфранчайзингу.
7. <http://www.frinchisedirect.com/> Офіційний сайт Franchise Direct.
8. <http://www.franchise.org/> Офіційний сайт Міжнародної Асоціації з франчайзингу
9. <http://www.franchise-update.com>. офіційний сайт World Franchise & Business Report.