

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ІНТЕГРАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ У ГЛОБАЛЬНИЙ ПРОСТІР

Н. М. Стручок, к. е. н., доцент, Львівський національний університет імені Івана Франка, struchok30@gmail.com, orcid.org/00000-0002-6514-2523000-0002-6514-2523

Методологія дослідження. Результати дослідження базуються на застосуванні методів: абстракції – при розкритті змісту дефініції «франчайзинг»; системного аналізу – для обґрунтування засад стратегії франчайзингу, як інструменту інтеграції; статистичні методи – для визначення тенденцій зміни ринку франчайзингових послуг в Україні; метод порівняння – для співставлення стану ринку франчайзингових послуг різних секторів економіки.

Результати. Визначено варіативність дефініції «франчайзинг» в залежності від напрямку діяльності, рівня охоплення та структури. Узагальнено результати наукових досліджень, щодо ефективності франчайзингу, як стратегії організації підприємництва та інтеграції у міжнародний економічний простір на основі підходів Огінок С. В., Демидюк С. М., Шимко О. В., Ногачевського О. Ф. та Мавриду В. Ю.

Актуалізовано сутність та характеристики франчайзингу, зокрема визначено, що він є інструментом об'єднання зусиль і розширення успішного бізнесу. Франчайзинг сприяє підвищенню шансів на стабільність для окремих професійних гравців ринку, а також стимулює розвиток національної економіки. Здійснено аналіз динаміки зміни обсягу експорту послуг франшизи та використання торгової марки для оцінки потенціалу розвитку ринку франчайзингу. В роботі відзначено сфери вітчизняної економіки, де франчайзинг, як форма організації бізнесу найбільш поширений. Відзначено переваги інтеграції, що дозволяють адаптувати світові бізнес-моделі до локальних умов, стимулювати розвиток підприємництва. Сформовано основні ризики, що можуть створювати бар'єри для іноземних партнерів і стримувати розвиток франчайзингових моделей.

Новизна. В процесі дослідження засад розвитку стратегії франчайзингу, визначено, що українське бізнес-середовище активно реалізує дану стратегію. Розкрито питання пріоритетних переваг інтеграції в глобальний простір економіки країни за допомогою стратегії франчайзингу, що дозволить підвищити рівень пізнаваності вітчизняних підприємств, залучити іноземних інвесторів, підвищити стандарти та якість продуктів, рівень їх конкурентних переваг.

Практична значущість. Визначено перспективність розвитку франчайзингу, як стратегії організації бізнесу в умовах статичних змін глобального економічного середовища. Обґрунтовано вагомість розвитку стратегії франчайзингу, як інструменту для створювати передумови для зростання національної економіки в умовах зовнішніх загроз та для відновлення її економічного потенціалу.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзер, френчайзі, франшиза, експорт послуг, зовнішня торгівля, економіка країни, інтеграція, рівень інтеграції, суб'єкт підприємництва

Постановка проблеми. Сучасні тенденції вітчизняної економіки характеризуються активним процесом глобалізації, що визначає нові умови для національного ринку.

Закріплений курс України в угоді про Асоціацію, яка підписана 1 вересня 2017 року, поклав основи для формування нових стосунків та переходу від співробітництва

до процедур, що дозволяють Україні інтегруватися у Європейську спільноту.

Сьогодні, як глобальний економічний простір так і Україна на шляху глобальних світових економічних змін, а саме трансформації та реорганізації глобального економічного устрою.

У цих умовах актуальності набуває пошук дієвих та ефективних інструментів та механізмів, які здатні інтегрувати умови глобального економічного середовища в економіку країни. Одним з таких інструментів є франчайзинг, що активно розвивається в Україні в умовах сьогодення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій дозволяє відзначити, вивчення засад франчайзингових відносин у розвитку підприємництва в Україні та на міжнародному ринку окреслено наукових працях багатьох світових та вітчизняних науковців. Зокрема теоретичну базу розвитку франчайзингу та практичні основи його розвитку через механізми контрольного управління досліджували Демидюк С. М., Шимко О. В. [8], перспективи розвитку франчайзингової стратегії ведення бізнесу на міжнародному ринку окреслені у публікаціях Огінок С. В. [7], як форма інтеграції малого та великого бізнесу визначено у наукових працях Мавріду В. [5], перспективи розвитку ринку франчайзингових послуг в Україні окреслено у працях Когут М. В. [3]. Необхідно підкреслити актуалізація проблематики дослідження, з метою пошуку результативних франчайзингових стратегії для розширення підприємницької діяльності на міжнародному ринку. Науковці відзначають потребу у прийнятті нових підходів та пошуку шляхів вдосконалення процесу організації, як підприємництва так і процесу виробництва для успіху вітчизняної економіки.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є визначення змісту стратегії франчайзингу, засад її організації, а також моніторинг стану ринку франчайзингу, як інструменту інтеграції економіки у глобальний простір.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах сучасного економічного розвитку процеси глобалізації значно впливають на функціонування національних економік. Для України, яка прагне посісти

гідне місце на світовій арені, актуальним є пошук ефективних інструментів інтеграції в глобальний економічний простір. Франчайзинг характеризується можливістю швидкого масштабування бізнесу, передачі знань, стандартів та технологій від франчайзера до франчайзі. Саме через такі механізми він стає важливим інструментом розвитку малого та середнього підприємництва, створення робочих місць та підвищення якості продуктів і послуг на локальних ринках.

Франчайзинг набуває популярності завдяки здатності забезпечувати вигідні умови для розвитку мереж збуту продукції як всередині країни, так і за її межами. Він також сприяє швидкому збільшенню кількості представництв із мінімальними витратами. Для держави, на території якої розвивається франчайзинговий бізнес, це сприяє залученню прямих іноземних інвестицій. Вони забезпечують підприємства необхідними ресурсами, що дозволяє покращувати якість продукції та загалом підвищувати конкурентоспроможність країни.

Для напрацювання практичних рекомендації інтеграції економіки України у глобальний економічний простір на основі стратегії франчайзингу, передують систематизація та аналіз наукових досліджень, автори яких розкривають зміст дефініції «франчайзинг».

Зокрема у сучасному економічному словнику франчайзинг трактується, як форма поєднання великого та малого підприємництва, за якого великі корпорації або компанії-материнські структури (франчайзери) укладають угоду з меншими підприємствами (франчайзі), надаючи їм право та привілею діяти від їхнього імені [2, с.336]. При цьому мала форма організації бізнесу зобов'язана вести свою діяльність відповідно до умов, які визначені договором франшизи на певний проміжок часу та у визначеному місці. Франчайзер відповідно до договору франшизи бере на себе зобов'язання забезпечити франчайзі технологією, інформаційною та маркетинговою підтримкою, що сприятиме його розвитку.

Дослідник Кузьмін О. Є. трактує франчайзинг, це вид ділового співробітництва, сутність якого полягає в наданні одним суб'єктом підприємницької діяльності (фра-

нчайзером) права на здійснення визначеної діяльності з використанням його торговельної марки, технологій, ноу-хау, інших об'єктів інтелектуальної власності другому суб'єкту підприємництва (франчайзі) впродовж установленого терміну на обмеженій території та на визначених умовах.

Ногачевський О. Ф. визначає франчайзинг як «форму тривалого ділового співробітництва, у процесі якого велика компанія надає індивідуальному підприємцю чи групі підприємців ліцензію (франшизу) на виробництво продукції або надання послуг під торговою маркою цієї компанії на обмеженій території, на термін і на умовах, визначених договором», а також як «процес створення, підтримки і розвитку франчайзингової системи за допомогою власників незалежних підприємств» [6, с. 63–69].

Дослідження сутності та характеристик франчайзингу виявило, що він слугує інструментом об'єднання зусиль і розширення успішного бізнесу, сприяючи підвищенню шансів на стабільність для окремих професійних гравців ринку, а також стимулює розвиток національного промислового

сектору загалом. Аналіз природи та особливостей франчайзингу показав, що він виступає ефективним механізмом для об'єднання зусиль і масштабування успішного бізнесу. Це підвищує шанси на стабільність для окремих професіоналів ринку та сприяє загальному розвитку національної економіки.

Рівень інтегрованості економіки країни визначається її обсягами експортного потенціалу. Варто підкреслити у структурі зовнішньої торгівлі України з перших років незалежного розвитку держави торгівля послугами займала пріоритетне місце, а сальдо торговельного балансу за послугами практично завжди мало позитивне значення.

Провівши аналіз структури зовнішньоторговельного обороту послугами України за видами, можна відзначити, що обсяг експорту послуг франшизи та використання торгової марки становить 3,5% від загального обсягу експорту послуг у 2023 році, тоді як обсяг імпорту є значно більшим 37,5% відповідно.

Розглянемо динаміку експорту послуг франшизи та використання торгової марки з 2018 по 2023 роки (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка експорту послуг франшизи та використання торгової марки з 2018 по 2023 рр., у тис. дол. США

Найменування послуги згідно із КЗЕП	2018	2019	2020	2021	2022	2023
усі послуги	11679950,6	15660855,9	11547174,0	13156457,49	9166030,26	8991975,9
Обсяг експорту послуг франшизи та використання торгової марки	12494,8	5982,7	7727,7	8927,3	4071,0	808,5
Частка послуг франшизи та використання торгової марки у загальному обсягу експорту, %	0,1%	0,03%	0,07%	0,07 %	0,04%	0, 01%

Джерело: складено за даними [1]

З таблиці 1 видно, що за обсягом експорту послуг франшизи та використання торгової марки зменшилися більш ніж вдвічі упродовж 2018–2023 років, тоді як до 2021 року обсяг експорту даних послуг зріз з 5982,7 тис.дол.США у 2019 році до 8927,3 тис.дол.США у 2021 році. Зменшення обсягу експорту послуг франшизи та використання торгової марки у 2022 році спричинене

не подіями, що розпочалися у лютому 2022 року. У 2023 році також спостерігаємо зниження обсягу експорту даного виду послуг, що у порівнянні до 2022 року склало 3262, 5 тис. дол. США.

Франчайзинг є дуже затребуваною моделлю торгівлі, яка досить міцно закріпилась в Україні. За даними консалтингової компанії Franchise Group станом на 2021 рік

в Україні 592 пізнавані бізнес одиниці розширюють рівень охоплення ринку за рахунків відкриття, як власних так і франчайзингових об'єктів. Нестійкий та статичний український ринок попри ризики привертає увагу іноземних інвесторів, що свідчить про збільшення темпів зростання кількості франчайзі. Для іноземного інвестора страте-

гія франчайзингу є надійним способом для зниження операційних ризиків та дієвим інструментом розвитку бізнесу у довгостроковій перспективі.

Як показує динаміка росту франчайзингових компаній в Україні (рис.1), з 2010 по 2021 роки спостерігалось зростання, виняток є період 2016–2018 років.

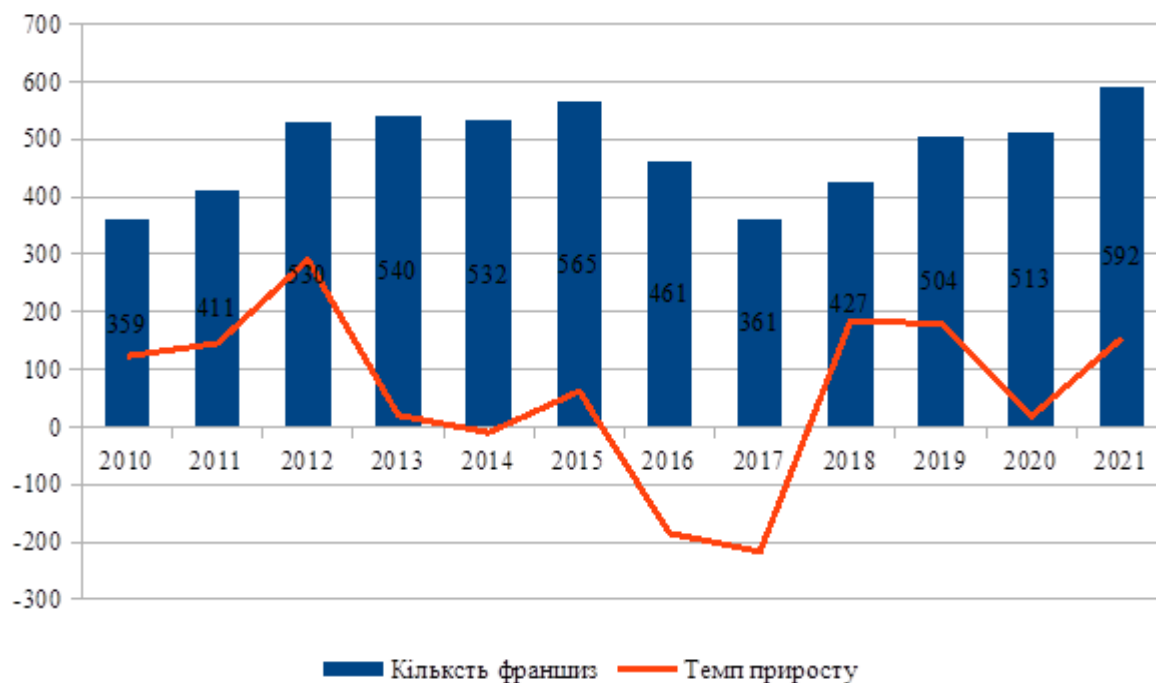


Рис.1. Динаміка зміни франчайзингових компаній в Україні впродовж 2010–2021 років
Джерело: складено автором за [4]

З рисунку 1 бачимо що найбільше кількість франчайзерів зростала упродовж 2012–2015 років (з 359 до 565 франчайзерів). Загальносвітовий економічний спад 2015–2017 років, зовнішні загрози для України 2014 року спричинили зменшення кількості франшиз за досліджуваний період з 565 одиниць у 2015 році до 427 одиниць у 2018 році. З 2018 до 2021 року спостерігалось чергове зростання кількості франчайзерів, однак темпи зростання дещо сповільнитися, в середньому на 13,4%.

У глобальному економічному просторі ринок франчайзингових послуг активно розвивається, зокрема на послуги даного виду у загальному обсязі експорту припадає у Європейських країнах – 36,0%, Азійських країнах - 32,0%, США 12,8%, Латиноамериканських країнах – 10,0%, в Австралії та Океанії – 6,0%, країнах Африки – 4,0%.

За сферами економіки франчайзинг, як форма організації підприємництва поширений у закладах фаст-фуду, роздрібній торгівлі, сфері послуг, автомобільних перевезеннях та обслуговуванні і у будівництві. В структурі експорту послуг франшизи та використання торгової марки України найбільш затребуваними є: логістичні послуги, продовольчий ритейл, продуктовий ритейл, громадське харчування, непродовольчий ритейл. Їх частка у загальному обсязі експорту визначена на рисунку 2.

Результат аналізу дозволяють відзначити, франчайзинг як форма організації підприємництва активно розвивається в Україні. Такий формат ведення підприємницької діяльності стрімко розвивається у багатьох країнах світу, адже забезпечує найкращі умови для розширення збутових мереж на внутрішніх і зовнішніх ринках. Він також дозволяє швидко збільшувати кількість представ-

ництв при відносно невеликих витратах. Розвиток франчайзингового бізнесу на території певної країни свідчить про залучення прямих іноземних інвестицій, які забезпе-

чують підприємства необхідними ресурсами, сприяють покращенню якості продукції та підвищують конкурентоспроможність держави.

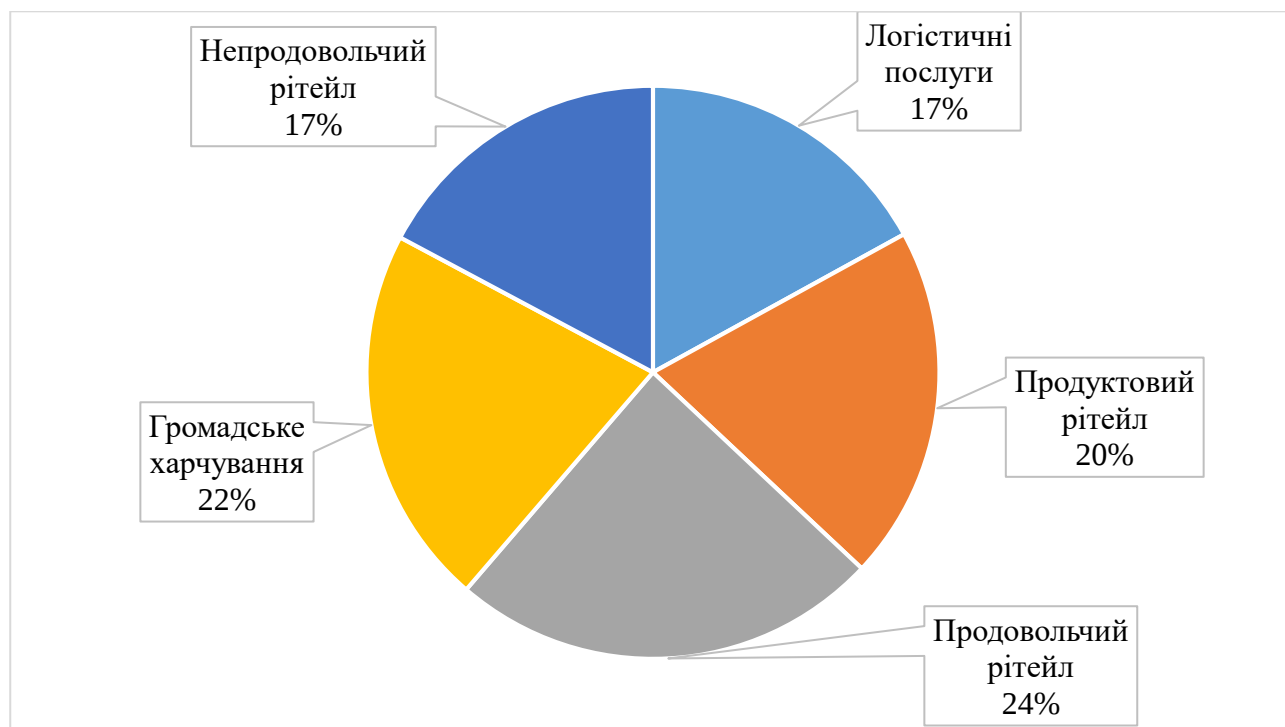


Рис.2. Сфери економіки України, в яких використання франчайзингу є найбільш регулятивним

Джерело: складено автором за [9]

Інтеграція в глобальний простір за допомогою франчайзингу має кілька переваг. По-перше, цей механізм дозволяє залучити прямі іноземні інвестиції. Міжнародні бренди, приходячи на український ринок через франшизи, не тільки приносять капітал, але й сприяють обміну досвідом та впровадженню передових управлінських практик.

По-друге, співпраця з міжнародними компаніями поліпшує репутацію української економіки на світовому рівні, створюючи сприятливий клімат для нових інвестицій. Окремо варто зазначити позитивний вплив франчайзингу на внутрішній ринок. Завдяки прийняттю провідних стандартів якості та сервісу від міжнародних компаній, українські підприємства отримують стимул для підвищення конкурентоспроможності. У свою чергу, це сприяє розширенню можливостей експорту українських товарів та послуг.

Проте впровадження франчайзингу в Україні має і певні виклики. Насамперед це

стосується недоліків у законодавчому регулюванні цього сегмента бізнесу. Недосконалості правового поля можуть створювати бар'єри для іноземних партнерів і стримувати розвиток франчайзингових моделей.

Важливо також враховувати низьку фінансову грамотність підприємців-початківців, що потребує реалізації освітніх програм і консалтингової підтримки. За належної підтримки на державному рівні франчайзинг може стати потужним рушієм економічного зростання України.

Крім того, розвиток цієї сфери забезпечує не лише економічний приріст, а й культурний обмін, який сприятиме інтеграції нашої країни у світову спільноту.

Висновок. Франчайзинг є ефективним інструментом інтеграції економіки України у глобальний простір. Його потенціал полягає у здатності адаптувати світові бізнес-моделі до локальних умов, стимулювати розвиток підприємництва та створювати

передумови для майбутнього зростання національної економіки. З огляду на це, важливо не лише підтримувати такі ініціативи, а й активно розвивати цю галузь як один із стратегічних напрямків інтеграції України у світову економіку.

Відзначено переваги інтеграції, що дозволять адаптувати світові бізнес-моделі до локальних умов, стимулювати розвиток підприємництва. Для України, де малий і середній бізнес є ключовим елементом економіки, поява франчайзингових проектів здатна стимулювати її зростання.

Сформовано основні ризики, що можуть створювати бар'єри для іноземних партнерів і стримувати розвиток франчайзингових моделей. Впровадження чітких механізмів підтримки локальних франчайзі, створення вигідних умов для міжнародних брендів та забезпечення прозорого правового поля сприятимуть збільшенню кількості франчайзингових партнерств.

Література

1. Державна служба статистики України. Режим доступу: URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Осовська Т.В., Юшкевич О.О. Економічний словник. Київ: Кондор, 2006. 336 с..
3. Когут М.В. Франчайзинг як метод інтернаціоналізації бізнесу. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент*. 2023. Вип 54. С. 30-34.
4. Каталог франшиз. URL: <https://catalog.franchising.org.ua/>
5. Мавриду В.Ю. Теоретичні та практичні аспекти франчайзингу. *Науково-технічний збірник*. 2006. № 73. С. 303-313.
6. Ногачевський О.Ф. Франчайзинг в Україні : вибір і купівля франшизи. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. № 12. С. 63-69.

7. Огінок С.В. Економетричний аналіз впливу франчайзингу на економічне зростання. *Причорноморські економічні студії*. 2016. № 11. С. 34-37. URL: <http://bses.in.ua/journals/2016/11-2016/8.pdf>

8. Шимко О.В., Демидюк С.М. Сучасні тенденції розвитку франчайзингу як бізнес-стратегії. *БІЗ-БІЗІНФОРМ*. № 1. 2024. С. 363-368.

9. FRANCHISE CAPITAL. Режим доступу: URL: <https://franchise-capital.com/blog/najbilsh-populyarni-napryamky-franchajzyngu/>

Reference

1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. Retrieved from <https://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Osovska, T.V., & Yushkevych, O.O. (2006). *Ekonomichnyi slovnyk*. Kyiv: Kondor.
3. Kohut, M.V. (2023). Franchaizynh yak metod internatsionalizatsii biznesu. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu, Ser.: Ekonomika i menedzhment*, Issue 54, 30-34. <https://doi.org/10.32782/2413-2675/2023-54-4>
4. Katalog franshyz. Retrieved from <https://catalog.franchising.org.ua/>
5. Mavridu, V.Yu. (2006). Teoretychni ta praktychni aspekty franchaizynhu. *Naukovo-tekhnichnyi zbirnyk*, (73), 303-313.
6. Nohachevskyi, O.F. (2010). Franchaizynh v Ukraini: vybir i kupivlia franshyzy. *Aktualni problemy ekonomiky*, (12), 63-69.
7. Ohinok, S.V. (2016). Ekonometrychnyŭ analiz vplyvu franchaizynhu na ekonomichne zrostannia. *Prychornomorski ekonomichni studii*, (11), 34-37. Retrieved from <http://bses.in.ua/journals/2016/11-2016/8.pdf>
8. Shymko, O.V., & Demydiuk, S.M. (2024). Suchasni tendentsii rozvytku franchaizynhu yak biznes-strategii. *BIZNESINFORM*, (1), 363-368. DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-1-363-368>
9. FRANCHISE CAPITAL. Retrieved from <https://franchise-capital.com/blog/najbilsh-populyarni-napryamky-franchajzyngu/>

FRANCHISING AS A TOOL FOR INTEGRATION OF UKRAINIAN ECONOMY INTO THE GLOBAL SPACE

N. M. Struchok, Ph. D (Econ.), Associate Professor, Ivan Franko National University of Lviv

Methods. The research results are based on the application of the following methods: abstraction – when revealing the content of the definition of «franchising»; system analysis – to substantiate the principles of franchising strategy as an integration tool; statistical methods – to determine trends in the franchising services market in Ukraine; comparison method - to compare the state of the franchising services market in different sectors of the economy.

Results. The variability of the definition of «franchising» depending on the direction of activity, level of coverage and structure is determined. The results of scientific research on the effectiveness of franchising as a strategy for organizing entrepreneurship and integration into the international economic space are summarized based on the approaches of Oginok S. V., Demydyuk S. M., Shymko O. V., Nogachevsky O. F. and Mavrida V. Yu.

The essence and characteristics of franchising are updated, in particular, it is determined that it is a tool for combining efforts and expanding a successful business. Franchising helps increase the chances of stability for individual professional market players, and also stimulates the development of the national economy. The analysis of the dynamics of changes in the volume of exports of franchise services and the use of the trademark was carried out to assess the potential for the development of the franchising market. The work noted the areas of the domestic economy where franchising, as a form of business organization, is most widespread. The advantages of integration are noted, which will allow adapting global business models to local conditions and stimulating the development of entrepreneurship. The main risks that can create barriers for foreign partners and hinder the development of franchising models have been identified.

Novelty. In the process of studying the principles of developing a franchising strategy as a tool for integrating the national economy into the global space, it was determined that the Ukrainian business environment is actively implementing this strategy. The issue of priority advantages of integration into the global space of the country's economy through a franchising strategy is revealed, which will allow increasing the level of recognition of domestic enterprises, attracting foreign investors, improving service standards and the level of their competitive advantages.

Practical value. The prospects for the development of franchising as a business organization strategy in the conditions of static changes in the global economic environment are determined. The importance of the development of a franchising strategy as a tool for creating prerequisites for the growth of the national economy in the conditions of external threats and for restoring its economic potential is substantiated.

Keywords: franchising, franchisor, franchisee, franchise, export of services, foreign trade, country's economy, integration, level of integration, business entity.

Надійшла до редакції 02.02.25 р.