

ФІНАНСОВІ МОДЕЛІ ФРАНЧАЙЗИНГУ: ТЕОРЕТИКО-ПРИКЛАДНИЙ АСПЕКТ

І. Б. Назаркевич, д. е. н., професор, Львівський національний університет імені Івана Франка, Ihor.Nazarkevych@lnu.edu.ua, <https://orcid.org/0000-0001-5856-531X>,

О. Я. Мишчичшин, к. ф.-м. н., доцент, Львівський національний університет імені Івана Франка, orest.myshchychshyn@lnu.edu.ua, <https://orcid.org/0000-0001-5225-828X>

Методологія дослідження. Дослідження базується на використанні таких загальнонаукових методів, як: системного аналізу для виявлення взаємозв'язків між елементами фінансових моделей франчайзингу, порівняльного аналізу для порівняння різних фінансових моделей франчайзингу, аналізу статистичних даних для визначення динаміки і характеру діяльності франчайзингових компаній, узагальнення та систематизації для формування теоретичних висновків.

Результати дослідження. Стаття присвячена проблемам теоретико-прикладних аспектів фінансових моделей франчайзингу. Зокрема, обґрунтовано, що фінансовий франчайзинг є популярним у сфері фінансових послуг, оскільки дозволяє швидко розширювати мережу та забезпечує стандартизований підхід до обслуговування клієнтів. Вкрай вагоме значення на розвиток франчайзингу, особливо в умовах війни та структурних ринкових шоків мають ендогенні та екзогенні чинники. Водночас ці чинники впливають і на вибір фінансової моделі. Фінансові моделі франчайзингу дають можливість знаходити оптимальне рішення для різних типів підприємств. вибір фінансової моделі франчайзингу залежить від специфіки бізнесу, галузі та цілей обох сторін. Кожна модель має свої переваги та недоліки, тому важливо ретельно аналізувати умови співпраці.

Визначено базові елементи фінансових моделей франчайзингу. Проаналізовано динаміку кількості франчайзингових компаній і об'єктів в Україні за період з 2018 по 2021 роки та встановлено тренд постійного зростання. Встановлено, що розвиток мережевого бізнесу в Україні, в частині франчайзингу, відповідає глобальним тенденціям.

Новизна. Наукова новизна результатів дослідження полягає у визначенні поняття «фінансовий франчайзинг», що розширює теоретичні підходи до розуміння структури і місця франчайзингу у фінансовій сфері.

Практична значущість. Досліджено види фінансових моделей франчайзингу, що дає змогу концептуалізувати стратегічні підходи в розвитку бізнесу виходячи з ключових фінансових умов. У статті досліджено ендогенні та екзогенні чинники, що впливають на ефективність франчайзингу загалом та вибір певної фінансової моделі.

Ключові слова: франчайзинг, фінансові моделі, бізнес, франчайзер, франчайзі.

Постановка проблеми. Франчайзинг є ефективною стратегією розвитку бізнесу, що дає змогу компаніям швидко розширювати свою присутність на ринку, використовуючи капітал та підприємницький потенціал франчайзі. Однак, успіх франчайзингової моделі значною мірою залежить від ефективності фінансових відносин між франчайзером та франчайзі. В умовах динамічного

ринкового середовища та зростаючої конкуренції, вибір оптимальної фінансової моделі франчайзингу є критично важливим для забезпечення взаємовигідного співробітництва та сталого розвитку обох сторін.

В умовах динамічного ринкового середовища та зростаючої конкуренції, вибір оптимальної фінансової моделі франчайзингу є критично важливим для забезпечення

взаємовигідного співробітництва та сталого розвитку обох сторін. Недостатнє розуміння та неефективне застосування фінансових інструментів може призвести до конфліктів, фінансових втрат та навіть розірвання франчайзингової угоди.

Актуальність дослідження зумовлена необхідністю розробки та впровадження ефективних фінансових моделей франчайзингу, які б враховували специфіку українського ринку та забезпечували стійке зростання франчайзингових мереж. В умовах війни, євроінтеграційних процесів та посилення конкуренції, дослідження фінансових аспектів франчайзингу набуває особливого значення для підвищення конкурентоспроможності українських підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження особливостей франчайзингу як економічної моделі організації та здійснення підприємницької діяльності в Україні здійснювалося в наукових роботах Бондаренко Н. М., Василевського І. П., Когут М., Прокопишин-Рашкевич Л., Савченко Д. В. та інших [3–8]. В українській науковій літературі «франчайзинг» розглядається здебільшого як фінансовий інструмент, що дає змогу заробляти як франчайзеру, так і франчайзі, збільшуючи при цьому капіталізацію їх бізнесу в цілому, і торгової марки зокрема. Однак, в зарубіжній науковій літературі, зокрема в праці Р. Хокета і С. Омарова [11] йдеться про більш ширше поняття франчайзингу, а саме як форми безперервного генерування та розподілу капіталу в усій фінансовій системі, як певного засобу перерозподілу і примноження фінансових потоків.

Разом з тим, залишаються недостатньо вивчені питання фінансових моделей франчайзингу та чинників, що впливають на їх ефективність.

Формулювання мети статті. Метою дослідження є аналіз теоретичних та прикладних аспектів фінансових моделей франчайзингу, а також розробка рекомендацій щодо їх оптимізації для підвищення ефективності франчайзингових відносин в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Франчайзинг є однією з найпопулярніших форм бізнесу, яка дає змогу компаніям швидко розширювати свою мережу, а

підприємцям – стартувати з мінімальними ризиками. Ця форма бізнесу дає змогу підприємцям розширювати свій бізнес шляхом передачі прав на використання бренду та бізнес-моделі іншим компаніям чи особам, відомим як франчайзі. Крім цього, франчайзинг – це партнерство, де один підприємець надає право іншому використовувати свій бренд для ведення бізнесу. За це франчайзі сплачує франчайзеру початковий внесок та регулярні відрахування (роялті) за користування відомим брендом, бізнес-моделлю та досвідом.

Важливим аспектом франчайзингових угод є фінансові відносини між франчайзером та франчайзі. Відповідно одним із ключових аспектів успішного франчайзингу є вибір правильної фінансової моделі. Адже фінансова модель визначає, як будуть розподілятися доходи, витрати та обов'язки між франчайзером і франчайзі.

В іноземних наукових джерелах іноді можна зустріти поняття «фінансовий франчайзинг» [11]. Термін «фінансовий франчайзинг» не позначає окремий вид, фінансові аспекти, такі як інвестиції та зобов'язання, а є невід'ємною частиною будь-якої франшизи.

З фінансової точки зору, франчайзинг може бути вигідним для підприємців, оскільки зменшує ризики завдяки використанню вже перевіреної бізнес-моделі та підтримці франчайзера. Хоча франчайзі самостійно фінансує запуск бізнесу, він часто отримує переваги у вигляді знижок на закупівлі від франчайзера.

Фінансовий франчайзинг можна трактувати як форму франчайзингу, при якій франчайзер (наприклад, банк, страхова компанія, інвестиційна організація або фінансова компанія) надає франчайзі (партнеру) право використовувати свою торгову марку, бізнес-модель, технології та підтримку для надання фінансових послуг. Це дає змогу франчайзі працювати під відомим брендом і користуватися впізнаваністю та довірою клієнтів.

При цьому фінансовий франчайзинг може включати такі послуги, як кредитування, страхування, бухгалтерський облік, фінансове планування та інвестиції.

Прикладами фінансового франчайзингу можуть бути:

- банківські франшизи (наприклад, мережа відділень банку);
- франшизи з надання мікрофінансових послуг;
- франшизи страхових компаній;
- франшизи інвестиційних компаній або фінансових консультантів.

Фінансовий франчайзинг є популярним у сфері фінансових послуг, оскільки дає змогу швидко розширювати мережу та забезпечує стандартизований підхід до обслуговування клієнтів.

В цілому, франчайзинг – це потужний інструмент для масштабування бізнесу, який дає змогу підприємцям використовувати вже перевірену бізнес-модель та бренд. Однак, щоб франчайзингова мережа була успішною, необхідно розробити ефективну фінансову модель. Розробка ефективної фінансової моделі франчайзингу вимагає розуміння усього спектру і особливостей його елементів. Фінансова модель франчайзингу складається з кількох ключових елементів, які забезпечують фінансову стабільність як для франчайзера, так і для франчайзі (див. табл. 1).

Таблиця 1

Основні елементи фінансової моделі франчайзингу

Елементи фінансової моделі	Опис
Паушальний внесок	Одноразова плата франчайзі франчайзеру за право використання бренду, бізнес-моделі та підтримку. Розмір залежить від відомості бренду, обсягу підтримки та ринкової кон'юнктури.
Роялті	Регулярні платежі франчайзі франчайзеру за постійне використання бренду та підтримку. Може бути фіксованою сумою або відсотком від виручки.
Інвестиції франчайзі	Кошти, які франчайзі вкладає у відкриття та розвиток свого франчайзингового підприємства. Включають вартість оренди, обладнання, товарів, реклами тощо.
Інвестиції франчайзера	Витрати франчайзера на підтримку франчайзі, рекламу та розвиток мережі.

Джерело: сформовано авторами

До елементів фінансової моделі можна також віднести оплати у маркетинговий фонд. Згідно цього франчайзі також сплачують внески до спільного маркетингового фонду, який використовується для фінансування рекламних та промо-кампаній на користь всієї франчайзингової мережі. Розмір цих внесків зазвичай становить від 0,5 до 3% від обсягу продажів.

Ефективне управління цими елементами дозволяє франчайзинговій мережі досягти високої ефективності, забезпечуючи: швидке розширення бізнесу та збільшення ринкової частки, зниження ризиків та підвищення рентабельності для франчайзі, покращення якості обслуговування та задоволення клієнтів, зміцнення бренду та підвищення його цінності.

Фінансові моделі франчайзингу дають можливість знаходити оптимальне рішення для різних типів підприємств.

Вибір правильної фінансової моделі франчайзингу є ключовим чинником успіху як для франчайзера, так і для франчайзі.

Ретельний аналіз усіх чинників, що впливають на фінансову модель, сприятиме розробці ефективної стратегії, яка забезпечить стабільний розвиток франчайзингової мережі (див. табл. 2).

Окрім, окреслених в табл. 1 моделей, в окремих країнах є популярною видупрацювана модель (форма субфранчайзингу). За цією моделлю головний франчайзер продає право на франшизу регіональним операторам, які, у свою чергу, розповсюджують бізнес на територіях своєї діяльності.

Загалом фінансові відносини у франчайзингу можуть будуватися за різними моделями, залежно від стратегічних цілей франчайзера та можливостей франчайзі. Вибір оптимальної моделі сприяє ефективній роботі бізнесу та взаємовигідному партнерству.

Визначення неефективної фінансової моделі призведе до того, що франчайзер може мати труднощі з контролем над діяльністю франчайзі, що може негативно вплинути на якість послуг та репутацію бренду.

Натомість франчайзі нестимуть підвищені ризики, пов'язані з інвестиціями та можливими фінансовими втратами у разі невдачі бізнесу.

Тому, фінансова модель франчайзингу забезпечує ефективний механізм розширен-

ня бізнесу та отримання доходів як для франчайзерів, так і для франчайзі. Однак, вона вимагає ретельного планування та управління для мінімізації ризиків та максимізації успіху.

Таблиця 2

Основні моделі фінансування франчайзингової діяльності

Модель франчайзингу	Опис	Фінансові умови
Класична модель	Франчайзі сплачує початковий внесок та регулярні роялті за право використання бренду та бізнес-моделі.	Початковий внесок (паушальний платіж) + регулярні роялті (фіксовані або відсоткові).
Інвестиційна модель / 3 розподілом прибутку	Франчайзер частково фінансує запуск бізнесу франчайзі, отримуючи відсоток від прибутку.	Часткове фінансування від франчайзера + відсоток від прибутку франчайзі.
Модель ліцензійного франчайзингу	Франчайзі сплачує ліцензійні платежі за використання інтелектуальної власності франчайзера.	Ліцензійні платежі (гнучкі, не завжди включають роялті).
Орендна модель	Франчайзер надає в оренду приміщення та обладнання франчайзі, замість отримання роялті.	Орендна плата за приміщення та обладнання.
Спільне підприємство	Франчайзер та франчайзі створюють спільне підприємство, розділяючи фінансові ризики та прибуток.	Розподіл фінансових ризиків та прибутку між сторонами.

Джерело: сформовано авторами

З огляду на те, що ринок франчайзингу в Україні активно розвивається, можна зробити висновок, що розвиток мережевого бізнесу відповідає глобальним тенденціям. Станом на початок 2022 року в Україні працювало 592 компанії-франчайзери. Це компанії, до яких можна прийти і купити франшизу [1].

За період з 2018 по 2021 р. щорічне середнє зростання кількості операцій становило 26% (див. рис.1). І хоча в останні роки темпи дещо зменшилися, однак вони залишилися вищими, аніж, скажімо у США, де середнє щорічне зростання ринку франчайзингу становить близько 5% [10].

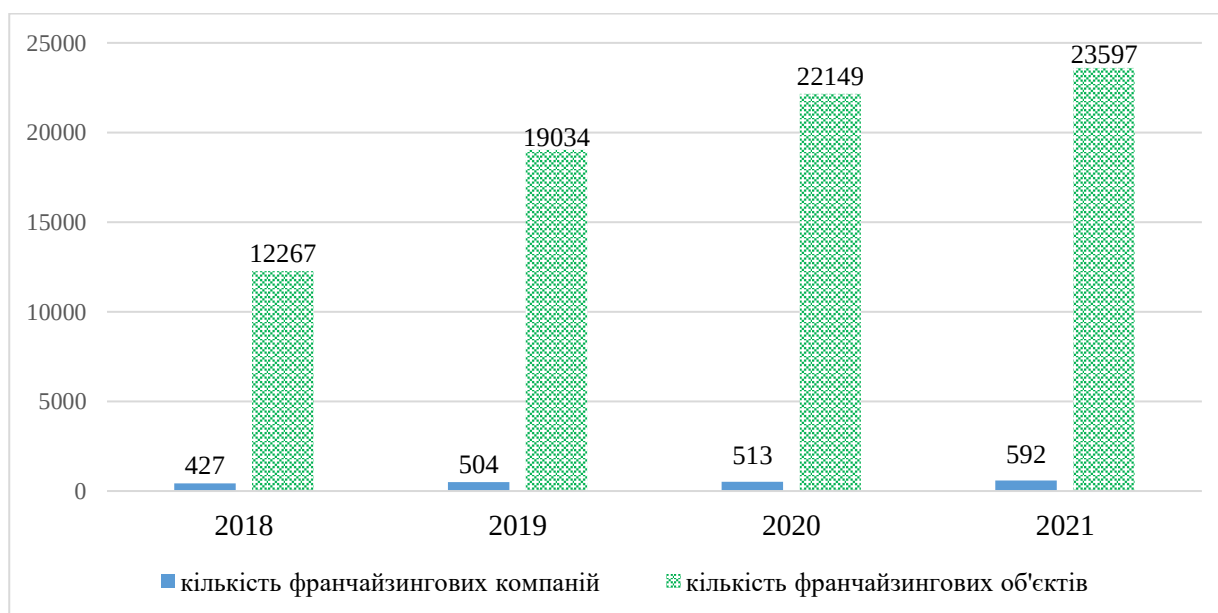


Рис. 1. Динаміка кількості франчайзингових компаній і об'єктів в Україні у 2018–2021 рр.

Джерело: складено на основі [1]

Дещо меншими є темпи зростання кількості самих франчайзингових компаній. Однак навіть середньорічна динаміка зростання у 12% за досліджуваній період є вагомим показником для ринку.

Вкрай вагоме значення на розвиток франчайзингу, особливо в умовах війни та структурних ринкових шоків мають ендогенні та екзогенні чинники. Водночас ці чинники впливають і на вибір фінансової моделі.

Очевидно, що найбільш типовими чинниками є такі як: тип бізнесу (оскільки,

різні види бізнесу можуть вимагати різних фінансових моделей), відомість бренду (відомі бренди можуть вимагати вищих паушальних внесків та роялті), обсяг підтримки (франчайзери, які надають більший обсяг підтримки, можуть вимагати вищих роялті), ринкова кон'юнктура (ринкова кон'юнктура може впливати на розмір паушальних внесків та роялті).

Ефективність франчайзингу залежить від багатьох чинників, які можна розділити на ендогенні та екзогенні, а також економічні та позаекономічні (див. табл. 3).

Таблиця 3

Матриця чинників впливу на ефективність франчайзингу

	Економічні	Позаекономічні
Ендогенні	- Справедливість у розподілі прибутків та ризиків. - Розмір початкових інвестицій. - Розмір роялті та інших платежів. - Рентабельність бізнесу. - Фінансова стабільність франчайзера.	- Сила бренду та його репутація. - Ефективність бізнес-моделі. - Наявність чітких стандартів та процедур. - Якість навчання та підтримки франчайзі. - Інноваційність та адаптивність до змін на ринку. - Рівень комунікації та співпраці. - Взаємна довіра та повага. - Ефективне вирішення конфліктів. - Ефективний контроль якості. - Система моніторингу та оцінки діяльності франчайзі. - Надання маркетингової та рекламної підтримки. - Організація регулярних зустрічей та тренінгів.
Екзогенні	- Стан економіки країни. - Рівень інфляції та безробіття. - Купівельна спроможність населення. - Стабільність валютного курсу.	- Законодавство, що регулює франчайзингову діяльність. - Захист інтелектуальної власності. - Податкове законодавство. - Конкурентне середовище. - Розвиток інформаційних технологій. - Впровадження нових технологій у бізнес-процеси. - Електронна комерція та онлайн-продажі. - Зміни у споживчих звичках та уподобаннях. - Демографічні зміни. - Культурні особливості регіону. - Ставлення суспільства до франчайзингу.

Джерело: сформовано авторами

Висновки. Врахування цих чинників є ключовим для успішного розвитку франчайзингового бізнесу. Оскільки, це дасть змогу франчайзеру розширювати свій бізнес без значних фінансових витрат, натомість франчайзі зможуть оптимізувати витрати на відкриття та функціонування нових точок. Крім цього, франчайзер зможе отримувати стабільний потік доходів від роялті та інших періодичних платежів. А франчайзі можуть

користуватися популярністю бренду франчайзера, що підвищує їх конкурентоспроможність на ринку.

У підсумку можна зазначити, що вибір моделі франчайзингу – це складний процес, який вимагає ретельного аналізу багатьох чинників. Важливо враховувати тип бізнесу, фінансові можливості, цілі та стратегію розвитку, ризики та переваги, юридичні аспекти, культурні та соціальні чинники.

Таким чином, вибір фінансової моделі франчайзингу залежить від специфіки бізнесу, галузі та цілей обох сторін. Кожна модель має свої переваги та недоліки, тому важливо ретельно аналізувати умови співпраці. Для франчайзера ключовим є забезпечення стабільного доходу та контролю за якістю послуг, тоді як для франчайзі – мінімізація ризиків та максимізація прибутку. Правильно обрана фінансова модель є основою успішної та довгострокової співпраці у франчайзингу.

Література

1. Аналітика ринку франчайзингу 2021-2022 років. Franchise group. URL: <https://franchisegroup.com.ua/about-franchising/analitika-rynku-2021-2022/#:~:text=%>.
2. Аровіна М.П. Перспективи розвитку соціальної франшизи в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. № 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-26>.
3. Бондаренко Н.М., Савченко Д.В. Ринок франчайзингових послуг в Україні: переваги та недоліки. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. С. 7-11.
4. Василевський І.П. Аналіз використання франчайзингу в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2020. № 46. С. 43-57.
5. Григоренко Т.М. Франчайзинг в Україні: реалії та перспективи розвитку в умовах воєнного стану. *БІЗНЕСІНФОРМ*. 2022. № 12. С. 145-153.
6. Давидюк Л.П. Розвиток франчайзингового бізнесу в Україні та світі. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 46-1. С. 13-19. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.46-2>.
7. Когут М.В., Прокопишин-Рашкевич Л. М. Стан та перспективи розвитку ринку франчайзингових послуг в Україні. *Економіка та суспільство*. Вип. № 51. 2023. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-53>.
8. Семенчук І.М. Сучасний стан та тенденції розвитку франчайзингу в торговельній сфері економіки України. *Стратегія економічного розвитку України*. 2020. С. 195-207. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/34077/15-6023-PB.pdf?sequence=1>.
9. Стеців І.С., Стеців І.І. Франшиза в Україні: проблеми та шляхи їх вирішення. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. 2019. Т. 1. № 1. С. 130-135.
10. Economic outlook franchising (2025). International franchise association. URL: <https://indd.adobe.com/view/41aaf895-c7f7-43ff-9004-9455305199f3>
11. Hockett Robert C., Omarova Saule T., The Finance Franchise, 102 Cornell L. Rev. 1143 (2017). URL: <http://scholarship.law.cornell.edu/clr/vol102/iss5/1>.

References

1. Analitika rynku franchaizynhu 2021-2022 rokiv. Franchise group. Retrieved from <https://franchisegroup.com.ua/about-franchising/analitika-rynku-2021-2022/#:~:text=%>.
2. Arovina, M.P. (2022). Perspektyvy rozvytku sotsialnoi franshyzy v Ukraini. *Ekonomika ta suspilstvo*, Issue 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-26>.
3. Bondarenko, N.M., & Savchenko D.V. (2020). Rynok franchaizynhovykh posluh v Ukraini: perevahy ta nedoliky. *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia*, 7-11. <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-68-1>
4. Vasylevskyi, I.P. (2020). Analiz vykorystannia franchaizynhu v Ukraini. *Aktualni problemy ekonomiky*, (46), 43-57.
5. Hryhorenko, T.M. (2022). Franchaizynh v Ukraini: realii ta perspektyvy rozvytku v umovakh voiennoho stanu. *BIZNESINFORM*, (12), 145-153. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-145-153>
6. Davydiuk, L.P. (2019). Rozvytok franchaizynhovoho biznesu v Ukraini ta sviti. *Prychornomorski ekonomichni studii*, Issue (46-1), 13-19. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.46-2>.
7. Kohut, M.V., & Prokopysyn-Rashkevych, L.M. (2023). Stan ta perspektyvy rozvytku rynku franchaizynhovykh posluh v Ukraini. *Ekonomika ta suspilstvo*, Issue (51). DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-53>.
8. Semenchuk, I.M. (2020). Suchasnyi stan ta tendentsii rozvytku franchaizynhu v torhovelnii sferi ekonomiky Ukrainy. *Stratehiia ekonomichnoho rozvytku Ukrainy*, 195-207. Retrieved from <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/34077/15-6023-PB.pdf?sequence=1>.
9. Stetsiv, I.S., & Stetsiv, I.I. (2019). Franshyza v Ukraini: problemy ta shliakhy yikh vyirishennia. *Menedzhment ta pidpriemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennia ta problemy rozvytku*, T.1, (1), 130-135.
10. Economic outlook franchising (2025). International franchise association. Retrieved from <https://indd.adobe.com/view/41aaf895-c7f7-43ff-9004-9455305199f3>
11. Hockett Robert C., Omarova Saule T., The Finance Franchise, 102 Cornell L. Rev. 1143 (2017). Retrieved from <http://scholarship.law.cornell.edu/clr/vol102/iss5/1>

FINANCIAL MODELS OF FRANCHISE: THEORETICAL AND APPLIED ASPECTS

I. B. Nazarkevych, D.E., Professor, O. Ya. Myshchyshyn, Ph. D (Phis.-Mat.), Associate Professor, Ivan Franko National University of Lviv

Methods. The study is based on the use of such general scientific methods as: system analysis to identify relationships between elements of financial models of franchising, comparative analysis to compare different financial models of franchising, analysis of statistical data to determine the dynamics and nature of the activities of franchise companies, generalization and systematization to form theoretical conclusions.

Results. The article is devoted to the problems of theoretical and applied aspects of financial models of franchising. It is substantiated that financial franchising is popular in the field of financial services, as it allows for rapid network expansion and provides a standardized approach to customer service. Endogenous and exogenous factors are of great importance for the development of franchising, especially in conditions of war and structural market shocks. At the same time, these factors also influence the choice of a financial model. Financial models of franchising make it possible to find the optimal solution for different types of entrepreneurs. The choice of a financial model of franchising depends on the specifics of the business, industry and goals of both parties. Each model has its own advantages and disadvantages, so it is important to carefully analyze the terms of cooperation.

The basic elements of financial models of franchising are determined. The dynamics of the number of franchise companies and facilities in Ukraine for the period from 2018 to 2021 are analyzed and a trend of constant growth is established. It has been established that the development of network business in Ukraine, in terms of franchising, corresponds to global trends.

Novelty. The scientific novelty of the research results lies in the definition of the concept of "financial franchising", which expands theoretical approaches to understanding the structure and place of franchising in the financial sphere.

Practical value. The types of financial models of franchising are studied, which makes it possible to conceptualize strategic approaches to business development based on key financial conditions. The article examines endogenous and exogenous factors that affect the effectiveness of franchising in general and the choice of a particular financial model.

Keywords: franchising, financial models, business, franchisor, franchisee.

Надійшла до редакції 31.01.25 р.