

В. Б. Мішура,
кандидат економічних наук,
ORCID 0000-0003-3164-5613,

К. О. Буйлова,

О. Ю. Запрудська,

Донбаська державна машинобудівна академія, м. Краматорськ

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ОСОБЛИВА ФОРМА ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Постановка проблеми. Економічна нестабільність в Україні стала рушієм пошуку нових інноваційних форм ведення бізнесу для підприємницького сектору та фінансово-кредитних установ. Зокрема, в національній економіці досить активно розвивається франчайзинг, як один із найбільш перспективних видів бізнесу. Інтерес до франчайзингу як ефектвної моделі розвитку малого бізнесу в останні роки істотно зріс. Ефективність цієї форми ведення бізнесу полягає у тому, що франчайзинг – надійний спосіб зменшення операційних ризиків, а також збільшення тривалості життєвого циклу компанії. Франчайзинг (franchising, пільгове підприємництво, комерційна концесія) – форма тривалого ділового співробітництва, в процесі якого велика компанія – франчайзер (правовласник) надає маловідомій компанії – франчайзі (користувачеві) ліцензію (франшизу) на виробництво продукції, торгівлю товарами або надання послуг під торгівельною маркою правовласника на обмеженій території на термін і умовах, визначених франчайзинговим договором. Для того щоб отримати зазначені права, франчайзі робить первісний внесок франчайзеру, а потім виплачує щомісячні внески. Франчайзі, який не має досвіду в даній сфері, все одно може вести бізнес вдало за допомогою франчайзингового пакету. International Franchise Association (IFA) виділяє 70 галузей економіки, в яких можна використовувати методи франчайзингу. Франчайзингові взаємовідносини вигідні як для франчайзі, який зацікавлений у максимальних обсягах продажу при мінімальних витратах, так і для франчайзера, який зосереджений на конкурентній боротьбі.

Аналіз останніх досліджень. За останнє десятиліття франчайзинг став предметом багатьох досліджень та публікацій. Економічні аспекти наукового забезпечення франчайзингу відображено у роботах В. Ляшенка [1], О. Суковатого [2], О. Корольчука [3], С. Махнуши [4] та інших. В них розкрито суть франчайзингу як прогресивної форми ведення бізнесу, його основні різновиди, структуру, можливі ризики застосування тощо.

Метою статті є визначення ключових проблем регулювання франчайзингових відносин в Україні в сучасних умовах господарювання.

Виклад основного матеріалу дослідження. В основі поширення популярності франчайзингу є такі

чинники: 1) купуючи бізнес, франчайзі отримує майже абсолютну підтримку з боку франчайзера – напрацьовані технології, рекламу, бренд і низку послуг, які надаються відповідно до умов певної франшизи. Франчайзі отримує інформацію, що допомагає знайти місце розташування підприємства, сформувати його стиль і забезпечити та проконтролювати функціонування. Завдяки отриманим уже основам, що здобув франчайзер, покупець знижує ризик провалу на початковій стадії свого проекту; 2) франчайзеру така угода дає інвестиції, необхідні для розвитку, регіони для роботи через поширення бренду, а також створює стійкий ринок із певними складностями для конкурентів [5]. Нині франчайзинг зарекомендував себе як один із найоптимальніших способів ведення підприємницької діяльності. Ефективність цієї форми ведення бізнесу полягає у тому, що франчайзинг – надійний спосіб зменшення операційних ризиків, а також збільшення тривалості життєвого циклу компанії. Згідно зі статистичними даними Міжнародної асоціації франчайзингу, середня рентабельність інвестицій за перші 10 років роботи для звичайних незалежних підприємств становить близько 300%. Для компаній, які працюють у межах франшизи, – 600%. Із усіх створюваних у світі незалежних компаній на протязі трьох років у середньому близько 90% закінчують своє існування, тоді як для франчайзингових компаній частка банкрутів у перші три роки становить менше 10% [5]. За даними вітчизняної статистики, 77% усіх підприємств в Україні припиняють свою діяльність після семи років роботи на ринку, після 10 років тільки 18% продовжують працювати, тоді як тільки 8% підприємств, які працюють за договором франчайзингу, залишають ринок через п'ять років роботи і 90% утримують свої позиції після 10 років існування на ринку [6]. Найбільше франчайзингові відносини розвинені у США і застосовуються як мінімум у 65 сферах: готельному та туристичному бізнесі, громадському харчуванні, автосервісі та оренди машин, постачанні в різних галузях (служба логістичних послуг), будівництві, мережі хімчисток, салонах краси, продажу товарів по каталогах, медичних, страхових, бухгалтерських (аудиторських), фінансових послугах, фармацевтиці, оптиці, торгівлі тощо. У Великобританії на основі франшизи працюють у 46 сферах бізнесу, з яких виділяють 38 до-

даткових секторів [5]. В Україні лідерами у сфері франчайзингового бізнесу є підприємства роздрібно-торгівлі товарами і послугами, ресторани швидкого харчування і бізнес-послуги. У 2016 р. сфера роздрібно-торгівлі товарами і послугами, що розвивається за франчайзингом, становить 34% від загальної кількості франчайзингових підприємств [7].

Аналізуючи досвід країн з високорозвинутою економікою, можна стверджувати, що франчайзинг є дієвим інструментом, що забезпечує розвиток малого і середнього бізнесу, а це, в свою чергу, позитивно впливає на розвиток економіки країни загалом. Серед європейських країн лідируючі позиції завдяки розповсюдженню франчайзингу займає Франція (45% всього європейського франчайзингового ринку) – понад 1900 франчайзерів і 71508 франчайзі, річний оборот становить 55,1 млрд євро [8]. Особливістю французького франчайзингового ринку є те, що він не є привабливим для виходу на нього іноземних франчайзингових систем, оскільки у Франції встановлюють трудомісткий порядок оформлення франшиз. Ситуація на ринку Німеччини сприяє розвитку іноземних франшиз, де в 2016 р. налічується 1300 франчайзингових мереж і 118000 франчайзі, річний оборот 92 млрд євро і більше ніж 686000 зайнятих фахівців. Такі французькі бренди як Yves Rocher, Koocai, Promod, Pimkie вже довгий час розвиваються на німецькому ринку. У відсотковому співвідношенні 50% всього ринку франчайзингу Німеччини займають послуги, 21% – ресторани і готелі, 29% займає торгівля. Великобританія займає в Європі 3 місце за кількістю франчайзингових мереж. Там налічується приблизно 1089 франчайзерів і 44200 франчайзі з річним обсягом продажів в 17,2 млрд євро, і більш 621000 зайнятих фахівців [9]. Перші підприємства на умовах франчайзингу в Україні почали працювати в 1993 р. у рамках міжнародної інформаційної системи «Компас» (Нідерланди). Як результат у 1999 р. у Києві було відкрито перше вітчизняне франчайзингове підприємство ресторанного господарства – піцерію Pizza Celentano [10].

Відтак для малих підприємств франчайзинг надає в розпорядження стабільний дохідний бізнес, для відомих фірм і компаній – можливість розширити та закріпити свої позиції на ринку. В Україні лідерами у сфері франчайзингового бізнесу є підприємства роздрібно-торгівлі товарами і послугами, ресторани швидкого харчування і бізнес-послуги. У 2016 р. сфера роздрібно-торгівлі товарами і послугами, що розвивається за франчайзингом, становить 34% від загальної кількості франчайзингових підприємств [10]. Франчайзинговий ринок надає великі переваги для економіки України. Він може стати початком для розвитку дрібних і спільних підприємств, які займатимуться інноваційною діяльністю. Крім того, доцільним є розвиток франчайзингу у сфері послуг, пов'язаних з обстеженням технологічного обладнання на виробництві, вибором найбільш

раціонального методу його заміни, особливо модернізації; суспільно необхідна галузь охорони здоров'я, передусім надання допомоги у зонах екологічних катастроф та при роботі у екстремальних і шкідливих умовах. Тому так важливо зосередитися на прискоренні розвитку франчайзингу.

На сьогодні в Україні побудова франчайзингової системи є вигідною як для франчайзера, так і для франчайзі. Вітчизняним підприємствам франчайзинг вигідний насамперед, як можливість уникнути необхідності створення власних збутових мереж. Вигода для франчайзі – можливість для підприємців-початківців розвивати конкурентоспроможний бізнес із використанням вже відомої торгової марки. Окрім того, франчайзинг охоплює доволі обмежене коло галузей промисловості, що дає можливість франчайзі освоювати нові сфери діяльності і, таким чином, розширювати межі поширення франчайзингових систем у вітчизняній економіці [1]. Важливо відзначити, що однією з особливостей українського ринку франчайзингу є те, що на ньому переважають мережі вітчизняного походження. Насамперед, це пов'язано з тим, що від вітчизняних підприємств вимагається мінімальна адаптація до умов ринку, що значно спрощує вихід на нього. Ще однією особливістю вітчизняного ринку франчайзингу є те, що на відміну від країн Європи, в Україні франчайзинг значного поширення набув у сфері торгівлі.

За результатами дослідження, варто відзначити, що франчайзинг здобув найбільшу популярність та розповсюдження в США. У США – 80% працює за франчайзингових умов, в Європі – 67%, в Україні – 23% працює за франчайзингових умов (рис. 1) [11].

Серед всіх франшиз, представлених на українському ринку, близько 40% припадає на пропозиції в ресторанному бізнесі. Інтерес до розвитку бізнесу по франшизі зростає: в 2015 р. близько 30% ресторанів в Україні представляли собою власні точки, тоді як у 2016 р. цей показник знизився до 17%. У 2016 р. на ринку України було близько 60 пропозицій франшиз в сфері громадського харчування, а у 2017 р. за дослідженнями Poster, на ринку налічується вже близько 80 пропозицій при цьому обороти цього ринку становлять 52 млрд грн на рік [12]. На рис. 2 і 3 представлено динаміку кількості франчайзерів в Україні протягом 2001-2016 рр. та відсоток фірм, що працюють по франчайзингу у світі у різних сферах за 2017 р.

Оборот вітчизняного ринку громадського харчування в 2016 р. склав 2,5 млрд. дол. США, в 2015 р. – 2,3 млрд. дол. Зросла загальна кількість франшиз в Україні: в 2016 р., за даними Franchise Group, з'явилася вже 461 франшиза, зараз, як повідомляє Poster, показник виріс до 550, з яких активно працюють лише 20% [6]. У 2017 р. кількість запитів на покупку франшизи зросла вдвічі, українці готові вкладати в бізнес до 50000 дол. [13].

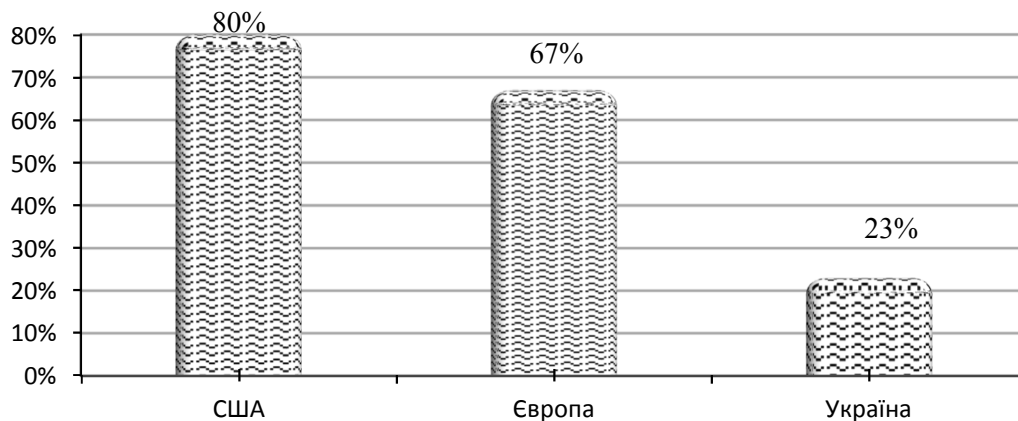


Рис. 1. Підприємства які працюють за франчайзингових умов у різних регіонах у 2017 р.

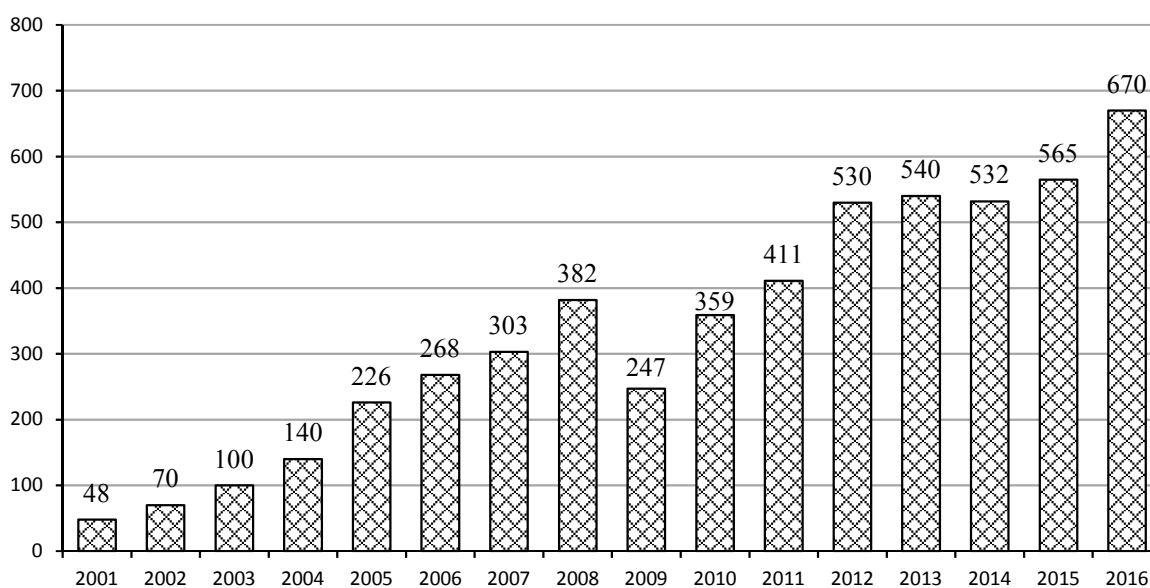


Рис. 2. Динаміка кількості франчайзерів в Україні протягом 2001-2016 рр.
[сформовано автором на основі джерела 13]

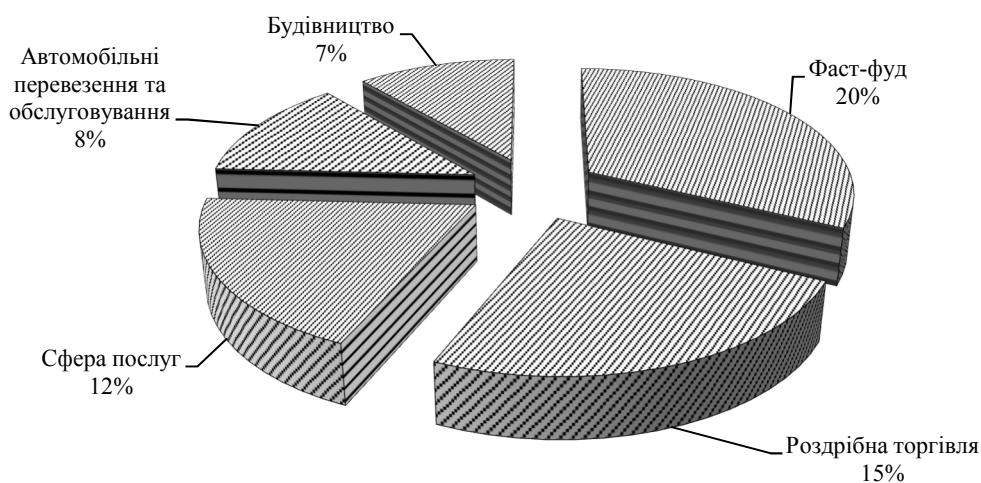


Рис. 3. Відсоток фірм, що працюють по франчайзингу у світі, у різних сферах за 2017 р.
[сформовано автором на основі джерела 13]

Франчайзинговий ринок надає великі переваги для економіки України. Він може стати початком для розвитку дрібних і спільних підприємств, які займатимуться інноваційною діяльністю. Крім того, доцільним є розвиток франчайзингу у сфері послуг, пов'язаних з обстеженням технологічного обладнання на виробництві, вибором найбільш раціональ-

ного методу його заміни, особливо модернізації; суспільно необхідна галузь охорони здоров'я, передусім надання допомоги у зонах екологічних катастроф та при роботі у екстремальних і шкідливих умовах. Тому так важливо зосередитися на прискоренні розвитку франчайзингу. В таблиці проілюстровано основні переваги і недоліки франчайзингу в Україні.

Таблиця

Основні переваги і недоліки франчайзингу в Україні

[сформовано автором на основі джерела 16]

| Переваги франчайзингу | Недоліки франчайзингу |
|--|---|
| Швидкий та економний розвиток своєї мережі | Складність процедури кредитування малих підприємств |
| Спрощення управлінської процедури | Незахищеність українських франчайзі у франчайзинговій співпраці з іноземними представниками |
| Спрощений процес виходу на нові ринки | Брак знань у підприємців щодо можливостей такого способу ведення бізнесу |
| Впізнаваність товарного знаку | Значне обмеження розвитку малого бізнесу податковими нормами |
| Додатковий дохід | Недосконалість нормативно-законодавчої бази, стосовно франчайзингових відносин |

Розвиток франчайзингу в Україні значно гальмується такими проблемами:

1. Фінансово-кредитного характеру (складність процедури кредитування малих підприємств).

2. Незахищеність українських франчайзі у франчайзинговій співпраці з іноземними представниками.

3. Брак знань у підприємців щодо можливостей такого способу ведення бізнесу, як франчайзинг.

4. Значне обмеження розвитку малого бізнесу податковими нормами, внаслідок чого підприємці змушені шукати "обхідні шляхи" у здійсненні паушального платежу та роялті.

5. Недосконалість нормативно-законодавчої бази, стосовно франчайзингових відносин.

Таким чином, на даний момент в Україні відсутнє спеціальне законодавство, що регулює функціонування франчайзингової моделі бізнесу, проте франчайзингові відносини набувають все більшої популярності та охоплюють такі сфери бізнесу, як громадське харчування, послуги, будівництво, роздрібна торгівля тощо. Для розв'язання цих проблем слід вжити ряд заходів:

– зміцнити законодавчу базу шляхом прийняття Закону України, в якому передбачити всі юридичні аспекти відносин сторін і розвитку українського франчайзингу, які відповідали б міжнародним вимогам;

– надати доступне кредитування для тих, хто бажає розвивати власну франчайзингову мережу;

– розробити програми підготовки спеціалістів для здійснення бізнесу у формі франчайзингу шляхом створення навчально-консультаційних центрів з франчайзингу;

– створити спеціальний орган моніторингу розвитку франчайзингу в Україні для упорядкування правової бази франчайзингових відносин;

– створити на державному рівні систему податкових пільг для франчайзі переважно на початковому етапі розвитку франчайзингової діяльності.

Висновки. Отже, для успішного розвитку системи франчайзингу в Україні існують об'єктивні передумови. У сфері українського бізнесу чимало компаній функціонує на підставі франшизи, з'являються різноманітні ідеї та проекти, які можуть бути реалізовані за допомогою даного способу ведення бізнесу. Стимулювання франчайзингу з боку держави дасть змогу створювати нові робочі місця, сприятиме розробці нових ідей, технологій та методів ведення малого бізнесу, ефективному державному впливу на розвиток різних видів діяльності в цілому, а також допоможе залучити значні іноземні та внутрішні інвестиції у розвиток національної економіки. Але для того, щоб прогнози здійснилися, потрібно забезпечити певні умови, а саме: здійснення державної фінансово-кредитної допомоги, утворення системи податкових пільг для франчайзі, мережі навчально-консультаційних структур для допомоги кращого освоєння цього виду бізнесу, надання можливості застосування франчайзі спрощеного бухгалтерського обліку.

Література

1. Ляшенко В.И., Толмачова А.Ф. Франчайзинг – інструмент предотвращения банкротства малых предприятий. *Проблемы формирования антикризисной политики и механизма банкротства предприятий*: сб. науч. тр. Донецк: ИЭП НАН Украины, 1998.

С. 293-296. 2. **Суковатий О.Э.** Франчайзинг як інноваційна модель розвитку бізнесу. *Проблеми науки*. 2007. № 3. С. 18-23. 3. **Корольчук О. П.** Франчайзинг як спосіб активізації інтеграції вітчизняного бізнесу у глобальні виробничі та збутові мережі. *Економіка і фінанси підприємств*. 2011. № 5. С. 176-185. 4. **Махнуша С. М.** Франчайзинг як елемент стратегії закріплення бренду підприємства. *Механізм регулювання економіки*. 2004. № 1. С. 105-110. 5. **Франшиза** в туризмі. URL: <http://www.business-investor.info/journal/article-67.htm>. 6. **Свида І.В.** Франчайзинг як форма організації бізнесу. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія «Економічні науки»*. 2009. Вип. 24(1). С. 191-195. URL: <http://nbuv.gov.ua>. 7. **Звіт «Франшизи в Україні стійкі до кризи»**. 2014. URL: <http://franchisegroup.com.ua>. 8. **Les chiffres-clés en France. French Franchise Federation**. 2016. URL: <http://www.franchise-fff.com/franchise/les-chiffres-cles>. 9. **Franchise Industry Research. British Franchise Association**. 2016. URL: <http://www.thebfa.org/about-franchising/franchising-industry-research>. 10. **Дончак Л.Г., Гайдей М.** Проблеми та перспективи розвитку франчайзингу в Україні. *Економічні науки*. 2014. URL: <http://nauka.kushnir.mk.ua>. 11. **ТОП-10** компаній, які розвиваються по франшизі. 2016. URL: <http://delo.ua/business/>. 12. **Ринок** ресторанних франшиз в Україні досяг 52 млрд гривень. 2017. URL: <http://delo.ua/business/>. 13. **Чужа** марка: в Україні зростає попит на франчайзинг. 2017. URL: <http://rau.ua/ekonomika/>. 14. **Franchise Business Economic Outlook. Electronic publication of the international network of companies Pricewaterhousecoopers**. [January 2016]. URL: <http://emarket.franchise.org/FranchiseOutlookJan2016.pdf>. – Title screen. 15. **Цират А. В., Кривонос Е. А.** Франчайзинг от А до Я: Терминологический словарь. *Ассоциация франчайзинга*. 2008. С. 257. 16. **Асоціація** франчайзингу України. URL: <http://www.franchising.org.ua>. 17. **Бутенко А.І., Уманець Т.В., Гриневич Л.В.** Методологічні основи дослідження інноваційного потенціалу технологічного підприємства в Україні. *Економічний вісник Донбасу*. 2017. № 2 (48). С. 177-186. 18. **Ляшенко В., Хахулин В., Боярчук П.** Про необхідність створення правової бази розвитку франчайзингу в Україні. *Підприємництво, господарство, право*. 2000. № 10. С. 22-26. 19. **Ляшенко В.И.** Франчайзинговый режим формирования региональной сети элементов инновационной предпринимательской инфраструктуры. *Научные труды ДонНТУ. Серия: экономическая*. –2005. Вып. 97. С. 31 – 42. 20. **Ляшенко В.И.** Перспективы использования франчайзингового режима формирования региональной сети элементов инновационной предпринимательской инфраструктуры. *Економічний вісник Донбасу*. 2006. № 4. С. 77 – 100. 21. **Ляшенко В.І., Бережний В.В., Глазунова О.С.** Проект Закону України “Про франчайзинг”. *Схід*. 2000. № 2. С. 20-24.

References

1. Lyashenko V.I., Tolmachova A.F. (1998). Franchising – instrument predotvrashcheniya bankrotstva malykh predpriyatiy [Franchising is a tool to prevent the bankruptcy of small businesses.]. *Problemy formirovaniya*

antikrizisnoy politiki i mekhanizma bankrotstva predpriyatiy – Problems of formation of anti-crisis policy and the mechanism of bankruptcy of enterprises, pp. 293-296. Donetsk: IIE of NAS of Ukraine [in Russian].

2. Sukovatyi O. E. (2007). Franchaizynh yak innovatsiina model rozvytku biznesu [Franchising as an Innovative Business Development Model]. *Problemy nauky – Problems of science*, 3, pp. 18-23 [in Ukrainian].

3. Korolchuk O. P. (2011). Franchaizynh yak sposob aktyvizatsii intehratsii vitchyznianoho biznesu u hlobalni vyrobnychi ta zbutovi merezhi [Franchising as a way to intensify the integration of domestic business into global production and distribution networks]. *Ekonomika i finansy pidpriemstv – Economics and finance of enterprises*, 5, pp. 176-185 [in Ukrainian].

4. Makhnusha S. M. (2004). Franchaizynh yak element stratehii zakriplennia brendu pidpriemstva [Franchising as an element of the strategy of consolidating the brand of the enterprise.]. *Mekhanizm rehulivannia ekonomiky – Mechanism of regulation of the economy*, 1, pp. 105-110 [in Ukrainian].

5. Franshyza v turyzmi [Franchise in tourism]. (n.d.). Retrieved from *business-investor.info*. <http://www.business-investor.info/journal/article-67.htm> [in Ukrainian].

6. Svyda I.V. (2009). Franchaizynh yak forma orhanizatsii biznesu [Franchising as a form of business organization]. *Zbirnyk naukovykh prats Cherkaskoho derzhavnoho tekhnolohichnoho universytetu. Seriiia «Ekonomichni nauky» – Collection of scientific works of Cherkasy State Technological University. Series "Economic Sciences"*, Issue 24(1), pp. 191-195. Retrieved from <http://nbuv.gov.ua> [in Ukrainian].

7. Zvit «Franshyzy v Ukraini stiiki do kryzy» [Report "Franchises in Ukraine Resistant to the Crisis"]. (2014). Retrieved from <http://franchisegroup.com.ua> [in Ukrainian].

8. Les chiffresclés en France. (2016). *French Franchise Federation*. Retrieved from <http://www.franchise-fff.com/franchise/les-chiffres-cles>.

9. Franchise Industry Research. *British Franchise Association*. (2016). Retrieved from <http://www.thebfa.org/about-franchising/franchising-industry-research>.

10. Donchak L.H., Haidei M. (2014). Problemy ta perspektyvy rozvytku franchaizynhu v Ukraini [Problems and prospects of franchising development in Ukraine]. *Ekonomichni nauky – Economic Sciences*. Retrieved from <http://nauka.kushnir.mk.ua> [in Ukrainian].

11. TOP-10 kompanii, yaki rozvyvaiutsia po franshyzi [Top 10 franchise companies]. (2016). Retrieved from <http://delo.ua/business/> [in Ukrainian].

12. Rynok restorannykh franshyz v Ukraini dosiah 52 mlrd hryven [The restaurant franchise market in Ukraine reached 52 billion hryvnia]. (2017). Retrieved from <http://delo.ua/business/> [in Ukrainian].

13. Chuzha marka: v Ukraini zrostaie popyt na franchaizynh [Alien brand: Ukraine's growing demand for franchising]. (2017). Retrieved from <http://rau.ua/ekonomika/> [in Ukrainian].

14. Franchise Business Economic Outlook. *Electronic publication of the international network of companies Pricewaterhousecoopers*. [January 2016]. Retrieved

from <http://emarket.franchise.org/FranchiseOutlook-Jan2016.pdf>.

15. Tsirat A. V., Krivonos Ye. A. (2008). Franchayzing ot A do YA: Terminologicheskii slovar' [Franchising from A to Z: Terminology Dictionary]. *Assotsiatsiya franchayzinga – Franchise association*, pp. 257 [in Russian].

16. Asotsiatsiia franchaizynhu Ukrainy [Association of franchising of Ukraine]. (n.d.). Retrieved from <http://www.franchising.org.ua> [in Ukrainian].

17. Butenko A.I., Umanets T.V., Hrynevych L.V. (2017). Metodolohichni osnovy doslidzhennia innovatsiinoho potentsialu tekhnolohichnoho pidpriemnytstva v Ukraini [Methodological bases of research of innovative potential of technological entrepreneurship in Ukraine]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu – Economic Herald of the Donbas*, 2 (48), pp. 177-186 [in Ukrainian].

18. Liashenko V., Khakhulya V., Boiarchuk P. (2000). Pro neobkhidnist stvorennia pravovoi bazy rozvytku franchaizynhu v Ukraini [On the need to create a legal framework for the development of franchising in Ukraine]. *Pidpriemnytstvo, hospodarstvo, pravo – Entrepreneurship, economy, law*, 10, pp. 22-26 [in Ukrainian].

19. Lyashenko V.I. (2005). Franchayzingovyy rezhim formirovaniya regional'noy seti elementov innovatsionnoy predprinimatel'skoy infrastruktury [Franchising mode of formation of a regional network of elements of an innovative business infrastructure]. *Nauchnyye trudy DonNTU. Seriya: ekonomicheskaya – Scientific works of DonNTU. Series: Economic*, Issue 97, pp. 31 – 42 [in Russian].

20. Lyashenko V.I. (2006). Perspektivy ispol'zovaniya franchayzingovogo rezhima formirovaniya regional'noy seti elementov innovatsionnoy predprinimatel'skoy infrastruktury [Prospects for the use of the franchise regime for the formation of a regional network of elements of the innovative business infrastructure]. *Ekonomichnyi visnyk Donbasu – Economic Herald of the Donbas*, 4, pp. 77 – 100 [in Russian].

21. Liashenko V.I., Berezhnyi V.V., Hlazunova O.S. (2000). Proekt Zakonu Ukrainy "Pro franchaizynh" [Draft Law of Ukraine "On Franchising"]. *Skhid – East*, 2, pp. 20-24 [in Ukrainian].

Мішура В. Б., Буйлова К. О., Запрудська О. Ю. Франчайзинг як особлива форма організації бізнесу в Україні

У статті здійснено аналіз франчайзингового ринку України в сучасних умовах господарювання. Визначено перспективи розвитку та запропоновано шляхи підвищення ефективності франчайзингових відносин в Україні. Виділено основні проблеми функціонування франчайзингових відносин у контексті сучасного розвитку вітчизняної економіки та запропоновано низку заходів щодо їх розв'язання. Доведено, що стимулю-

вання франчайзингу з боку держави дасть змогу створювати нові робочі місця, сприятиме розробці нових ідей, технологій та методів ведення малого бізнесу, ефективному державному впливу на розвиток різних видів діяльності в цілому, а також допоможе залучити значні іноземні та внутрішні інвестиції у розвиток національної економіки.

Ключові слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзі, франчайзинговий ринок, франчайзингові відносини, торгова марка.

Мишура В. Б., Буйлова Е. А., Запрудская Е. Ю. Франчайзинг как особая форма организации бизнеса в Украине

В статье осуществлен анализ франчайзингового рынка Украины в современных условиях хозяйствования. Определены перспективы развития и предложены пути повышения эффективности франчайзинговых отношений в Украине. Выделены основные проблемы функционирования франчайзинговых отношений в контексте современного развития отечественной экономики и предложен ряд мероприятий по их решению. Доказано, что стимулирование франчайзинга со стороны государства даст возможность создавать новые рабочие места, будет оказывать содействие разработке новых идей, технологий и методов ведения малого бизнеса, эффективному государственному влиянию на развитие различных видов деятельности в целом, а также поможет привлечь значительные иностранные и внутренние инвестиции в развитие национальной экономики.

Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзи, франчайзинговый рынок, франчайзинговые отношения, торговая марка.

Mishura V., Buylova E., Zaprudskaya E. Franchising as a special form of business organization in Ukraine

The article analyzes the franchise market of Ukraine in the current economic conditions. The development prospects are determined and the ways of increasing the efficiency of franchising relations in Ukraine are proposed. The main problems of the functioning of franchising relations in the context of the modern development of the domestic economy are highlighted and a number of measures to solve them are proposed. It has been proven that stimulating franchising by the state will provide an opportunity to create new jobs, assist in the development of new ideas, technologies and methods for running small businesses, effective government influence on the development of various types of activities in general, as well as help attract significant foreign and domestic investment in development of the national economy.

Keywords: franchise, franchise, franchiser, franchisee, franchise market, franchise relations, brand.

Стаття надійшла до редакції 06.05.2019

Прийнято до друку 19.06.2019