

Козій Н. С.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансових ринків
Університету державної фіскальної служби України*

Кізілова В. О.

магістр

*Навчально-наукового інституту фінансів, банківської справи
Університету державної фіскальної служби України*

Кізілов Д. В.

магістр

*Навчально-наукового інституту фінансів, банківської справи
Університету державної фіскальної служби України*

Kozii Nataliia

*Candidate of Economic Sciences,
Senior Lecturer at Department of Financial Markets
State Fiscal Service University of Ukraine*

Kizilova Victoria

Master

State Fiscal Service University of Ukraine

Kizilov Denis

Master

State Fiscal Service University of Ukraine

ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Анотація. Статтю присвячено дослідженню франчайзингу як важливого чинника розвитку економічного сектору України. Виходячи з поточної статистики, характеризується вплив франшизних угод на економіку в цілому. Сформульовано проблеми поширення франчайзингу в українській економіці та запропоновано заходи щодо їх усунення. Доведено, що, незважаючи на широке впровадження франчайзингу на міжнародній арені, це все ще відносно нове явище для української економіки. Основні особливості франчайзингу визначаються як спосіб початку нового бізнесу. Відзначено динамічний та стабільний розвиток франчайзингу в Україні як одного з найперспективніших видів бізнесу. Підкреслено, що франчайзинговий бізнес зосереджений лише у великих містах. Обґрунтовано перспективи розвитку франчайзингу в Україні, наведено ймовірні шляхи вирішення проблем галузі.

Ключові слова: торгівля, торговельна галузь, внутрішня торгівля, франчайзинг, франчайзі, франчайзер.

Вступ та постановка проблеми. Сьогодні виникає все більше питань щодо розвитку української економіки, тому справжнім катализатором, який частково вирішить проблеми підприємництва в національній економіці, може бути франчайзинг. Зрештою, франчайзинг сьогодні – це не новий вид бізнесу, але надзвичайно ефективний. Саме франчайзинг дає змогу національним компаніям розширити межі свого бізнесу, перейняти досвід іноземних партнерів та навчитися адаптуватися до мінливого економічного середовища.

У процесі глобалізації та інтернаціоналізації світової економіки розвиток франчайзингової діяльності у світі є одним із найбільш прогресивних. Міжнародний франчайзинг як форма бізнесу сьогодні розвивається досить динамічно, оскільки франчайзинг є простим способом виходу підприємств на світові ринки та не вимагає значних інвестиційних ресурсів для започаткування бізнесу. Розвиток сучасних підприємств в Україні переживає економічну кризу. Сьогодні для нього характерні масштабні недоліки соціально-економічного, інвестиційно-фінансового та організаційно-технологічного характеру, а також асиметрія у відносинах із нерухомістю, розподілі, системі управління. Для національної економіки франчайзинг є відносно новим явищем, тоді як у розвинених країнах він практично використовується століттями як засіб задоволення потреб суспільства в різних послугах.

Необхідно використовувати таку форму підприємництва, як франчайзинг, для розроблення стратегії виходу

українських компаній із кризи. На жаль, забезпечення цієї діяльності пов'язане з великою кількістю спірних питань правового та економічного регулювання, тому організація та функціонування франчайзингу в Україні сьогодні є важливим питанням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом останніх років франчайзинг став об'єктом багатьох наукових робіт. Дослідженнями, присвяченими такій формі ділового співробітництва, як франчайзинг, займалися такі зарубіжні автори, як Ж. Дельта, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, Ф. Росса. Це питання досліджували вітчизняні науковці, такі як Н.В. Безрукова, О.О. Мартиненко, Л.М. Побоченко, М.О. Тонюк та ін. Економічні аспекти наукового забезпечення франчайзингу відображено у роботах О. Сукова-того, О. Корольчука, С. Махнуши та ін. У них розкрито суть франчайзингу як прогресивної форми ведення бізнесу, його основні різновиди, структуру, можливі ризики застосування тощо.

Незважаючи на достатню кількість дослідження сутності франчайзингу, виникає питання щодо подальшого аналізу перспектив розвитку франчайзингу в Україні з урахуванням світового досвіду та виявлення чинників, які перешкоджають цьому розвитку.

Метою даної роботи є визначення впливу франчайзингу на розвиток внутрішньої торгівлі в Україні, ключових чинників, що впливають на її функціонування, та окреслення перспектив подальшого його розвитку.

Результати дослідження. Сьогодні франчайзинг визнаний у світі як найбільш прогресивна форма ведення бізнесу. Переваги франчайзингу вигідні підприємцям-початківцям, оскільки він значно знижує ризик невдачі і втраати коштів. Незважаючи на загальну важливість ролі франчайзингу в багатьох країнах світу, у вчених немає єдиного бачення на цю діяльність. Міжнародна асоціація франчайзингу трактує це поняття так: «Франчайзинг – це договірні відносини між франчайзером і франчайзі, коли франчайзер пропонує або зобов'язується проявляти постійний інтерес до діяльності франчайзі в таких сферах, як ноу-хау і навчання персоналу, тоді як формат франчайзі або процес належить франчайзеру, який зробив або буде робити значні інвестиції в бізнес за рахунок власних ресурсів» [1].

Тобто, можна сказати, що франчайзинг є формою співпраці між сторонами юридичними та фінансово незалежними, одна з представлених сторін (франчайзер), що має у свої власності успішний бізнес, відому торгову марку, ноу-хау, а також нематеріальні активи та певну репутацію, комерційні таємниці, може надати у право користування на певних договірних умовах другій стороні (франчайзі). Договір франчайзингу (комерційної концесії), як правило, укладається між двома сторонами: франчайзером (правоволоділець, франшизодавець) та франчайзі (користувач, франшизоотримувач) [2].

Згідно з даними Державної служби статистики України, кількість суб'єктів господарювання, які займаються оптовою та роздрібною торгівлею, з 2016 р. зменшується. Таким чином, суттєві зміни в кількості роздрібних та оптових компаній у спостережуваний період залежать від ліквідації торгової системи радянських часів та формування дрібних оптово-роздрібних структур. Співвідношення роздрібно-товарообороту впало з 5,6 рази до 2,3 рази. Постійне зниження свідчить про зменшення ролі оптової торгівлі в організації пропозиції підприємств. Таким чином, роздробленість оптових компаній призвела до порушення міжгалузевих та міжекономічних відносин, натуралізації біржового процесу, невиправданого збільшення просування товарів та кількості посередницьких оптових структур, до зростання витрат та роздрібних цін, уповільнення товарообігу. Виходячи з поточної ситуації, важливо знайти ефективний вид економічної діяльності в торгівлі. Торговий франчайзинг дасть змогу компаніям розширити межі свого бізнесу, навчитися у іноземних партнерів адаптуватися до мінливого економічного середовища.

Франчайзинг став однією зі сходинок на шляху до поліпшення економічної ситуації за допомогою станов-

лення малого бізнесу у різних країнах світу. Про це свідчать дані ВВП розвинутих країн світу: понад 50% припадає тільки на малий бізнес, тоді як в Україні у структурі ВВП малий бізнес становить лише 15–16%. Це пов'язано з тим, що в країнах пострадянського простору, зокрема в Україні, франчайзинг почав розвиватися з початку 80-х років минулого століття, тоді ж як у світовій практиці такий спосіб розвитку підприємництва почали застосовувати понад 150 років тому. На початку франчайзинг набув розвитку у США в таких трьох галузях промисловості, як фармацевтична, автомобілебудування та виробництво напоїв, а пізніше лідерство на ринку франчайзингових послуг здобули ресторани швидкої їжі [2].

В Україні франчайзинг з'явився понад 20 років тому. Одними з перших закладів, що працювали за франшизою, стали McDonald's та Pizza Celentano. З того часу на ринку спостерігалось декілька падінь кількості франчайзерів у 2009 та 2017 рр., після чого знову відновилася динаміка збільшення чисельності франчайзерів в Україні [3]. Аналізуючи ситуацію на українському ринку, слід відзначити динамічний та стабільний розвиток франчайзингу, який є одним із найбільш перспективних видів бізнесу в Україні. За даними Асоціації франчайзингу в Україні, сьогодні в країні працює понад 23 тис франчайзингових точок і близько 700 франчайзерів. 65% ринку займають національні франшизи [4]. Таким чином, кількість об'єктів за один рік зростає, головним чином, завдяки франчайзинговим потужностям, що свідчить про те, що дедалі більше починаючих компаній бачать у придбанні франчайзингових компаній можливість для швидкого розвитку бізнесу. На рис. 1 представлено галузеву структуру франчайзингу в Україні [3].

Найбільш відомі українські франчайзери, які довели працездатність своїх проєктів, – мережі ресторанів Mafia, PESTOCAFÉ, «Хінкальня», пекарні-кав'ярні LvivCroissants і «Насолода», «Франс.уа», фаст-фуд CHIKENHUT і FreshLine, піцерія PIZZA CELENTANO, мережі супермаркетів «Наш Край» і NOVUS [5], магазини солодощів ручної роботи «Львівська майстерня шоколаду» і «Веселі карамелі», бутіки дизайнерського одягу ANDRE TAN [6].

Більшість українських франчайзингових систем зосереджено в столиці, і лише невеликий відсоток франшиз починається з великих регіональних центрів. Існує тенденція до перенасичення міст та компаній, які спрямовують відкриття підрозділів франшизи також на менші міста.

Одна з класифікацій напрямів франшизи:

– громадське харчування (кафе, кав'ярні, ресторани, столові, піцерії та ін.);

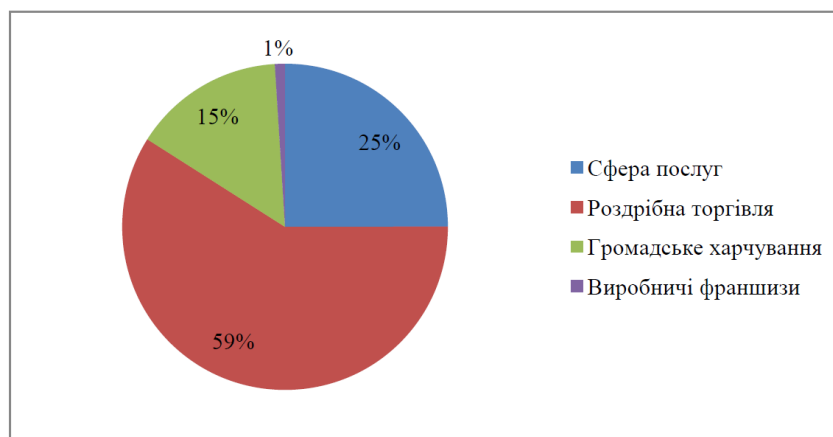


Рис. 1. Галузева структура франчайзингу в Україні

Джерело: складено за даними FranchiseDirect

– послуги (спортклуби, школи танців, школи вивчення іноземних мов для дітей і дорослих, салони, школи, клуби розвитку та ін.);

– рітейл (онлайн- і оффлайн-магазини з продажу продуктів харчування та товарів).

За результатами аналітики ринку франчайзингу за 2018–2020 рр. кількість франчайзингових об'єктів за сферами становила: громадське харчування – 7 682 об'єкти, послуги – 12 941 об'єкт, рітейл – 5 923 об'єкти [7].

Через зростання кількості франчайзерів та франчайзі в Україні в останні роки ринок країни цікавить світові бренди у розробленні власних франшиз на її території, але слід зазначити, що через недосконале законодавство України про франчайзинг, недостатній захист права власності іноземні франчайзери не відкривають власний бізнес у країні, використовуючи франчайзингову форму організації бізнесу, лише шукають кількох партнерів і використовують їх для розвитку франчайзингової мережі.

Аналіз походження франчайзингових брендів, що діяли на території України в 2017–2019 рр., дає можливість стверджувати, що частка вітчизняних брендів значно більша від іноземних, і за останні роки вона продовжує стабільно зростати – на 20% у 2019 р. порівняно з 2018 р. Але, незважаючи на несприятливі умови для розвитку діяльності іноземних франчайзерів в Україні, розширення вітчизняного франчайзингового ринку привертає все більшу увагу, про що свідчить і зростання їх кількості на 12% [2].

На українському ринку починає розвиватися системний підхід до формування франшиз у фірмах та компаніях, а також франчайзинг використовують уже як стратегію. Розроблення різноманітних франшиз для фірм та компаній дає можливість появи на ринку праці посади менеджера з франчайзингу.

Сьогодні в Україні налічується 27 галузей, що мають своїх інвесторів та не мають досить великої кількості франчайзерів, які просували б ці галузі, що свідчить про те, що ринок франчайзингових послуг буде й надалі розвиватися. Створено діючі франчайзингові мережі в таких сферах ділової активності, як ресторанний бізнес, надання різних послуг і роздрібна торгівля та ін.

Співпрацю за своєю моделлю франчайзингу Україна може запропонувати більше ніж 550 компаніям. Найбільш популярними діючими франчайзинговими мережами України станом на 2020 р. є франшизи у сфері громадського харчування, у сфері послуг та сфері торгівлі, а також функціонує приблизно 22 тис точок [8].

На франчайзинговому ринку України представлено значну кількість франшиз, але з усієї сукупності важко вибрати дійсно доступні та перспективні пропозиції. Виходячи з вищезазначеного, франчайзинг в Україні протягом останніх років повільно, але стабільно розвивається, що підтверджується щорічним приростом кількості франчайзерів та франчайзингових об'єктів, розширенням кількості вітчизняних та іноземних брендів на франчайзинговому ринку [9].

До переваг франчайзингової компанії можна віднести таке:

1. Франчайзинг – це бізнес «під ключ». Не потрібно: розробляти бізнес-плани, бізнес-концепції, проводити маркетингові дослідження з метою пошуку перспективних галузей, вивчати цільову аудиторію, її характеристики та інтереси, завойовувати репутацію компанії протягом багатьох років та зменшити використання різних методів та ефективних бізнес-процесів.

2. Досить відомий бренд на ринку. Прихильність споживачів до торгової марки вигідна франчайзі, оскільки вона вже сформувала аудиторію.

3. Зниження вартості маркетингових послуг. Економія коштів на рекламній кампанії забезпечує економію коштів франчайзера. Рекламна кампанія великих мереж впливає на малі.

4. Досить низькі стартові витрати. Ризик додаткових витрат на відкриття такого бізнесу майже дорівнює нулю. Франчайзер передає франчайзі свої знання, досвід та алгоритм дій, а також надає вже розрахований кошторис.

5. Перепідготовка кадрів. Франчайзер має досвід найму кваліфікованого персоналу. Хороший рівень кваліфікації персоналу та розширення діапазону знань і навичок є запорукою успішного бізнесу.

Вищезазначені переваги франчайзингу як бізнесу допомагають мінімізувати ризик для франчайзі. Прагнення до розвитку бізнесу за допомогою новітніх технологій, контроль коливань на ринку послуг, а також оптимізація бізнес-процесів іноді роблять новачка більш досвідченим [10].

Окрім переваг, франчайзинговий бізнес має ще кілька недоліків:

1. Бізнес у руках франчайзера. Франчайзер може прийняти рішення про закриття бізнесу, тому необхідно укласти нотаріальну угоду, що регулює умови використання франшизи, збитки, штрафи та санкції.

2. Суворе виконання контракту. Політика компанії полягає у досить суворому регулюванні споживачів та співпраці з постачальниками, враховуючи структуру установи та асортимент продукції.

3. Франчайзерський контроль. Різні перевірки, у тому числі за допомогою таємних покупців, стану та якості.

4. Обмеження переліку постачальників та умов уникнення конкурентів, а також одностороннє розірвання угоди між франчайзером та франчайзі [2].

Існують проблеми у франчайзера відносно суворого дотримання франчайзі діючих стандартів у його виді діяльності. Дотримання стандартів контролюється франчайзером шляхом періодичних перевірок. Таким чином, франчайзер контролює якість послуг або товарів, що пропонуються споживачеві, й іноді може вимагати від франчайзі забезпечення того, щоб його особисті характеристики та поведінка відповідали правилам, що застосовуються до франчайзера. Франчайзі повинен розуміти, що дотримання стандартів важливо в їхніх власних інтересах. Неefективність діяльності франчайзі є небезпечною не тільки для нього самого, а й опосередковано впливає на всю франчайзингову мережу, особливо на репутацію бренду та репутацію ринку, що знижує ефективність, а іноді й закриває компанію.

Серйозною проблемою для розвитку франчайзингу є ризик порушення прав інтелектуальної власності франчайзера. Як частина франчайзингової системи франчайзі отримують доступ до знань та іншої інтелектуальної власності, і якщо франчайзер не розробляє ефективних заходів щодо їх захисту, вони можуть зіткнутися із загрозами для свого бізнесу [11].

Український ринок пропонує безліч можливостей для міжнародного франчайзингу. Однак як підприємство франчайзинг стикається з тими самими проблемами, що й малі та середні підприємства. Сюди входять різні податки, високі кредитні ставки, кризи дефолту, нестабільне законодавство та дуже жорсткий державний контроль над об'єктами підприємницької діяльності. Інвестиційний клімат залишається головною перешкодою для українського франчайзингу [12].

Порівнюючи перспективні права франшизи в Україні зі світовими гігантами, ми можемо побачити чітку різницю у цінній політиці. Більшість українських стартапів

не має достатньо грошей для придбання франшиз зі світовим ім'ям. Однак це стимул для розвитку вітчизняних проєктів. Що стосується структури, то Україна більше орієнтується на побутові послуги та роздрібну торгівлю, що відрізняється від домінуючого становища індустрії швидкого харчування на світовому ринку. Однак франчайзинг може стати не лише детонатором синергії у розвитку внутрішньої торгівлі та послуг. Успішний розвиток франчайзингу може створити початкові умови для припливу капіталу в розвиток малих промислових підприємств [13].

Отже, загалом основними викликами франчайзингу торгівлі в Україні є: нестабільність національної економіки; недосконалість правового середовища; фінансові проблеми; не вистачає ефективної інформаційної підтримки та досвіду ведення торгового бізнесу.

Із метою прискорення розвитку франчайзингу на українському ринку необхідно ратифікувати закон «Про франчайзинг», який захищатиме права франчайзерів та франчайзі, активізуватиме діяльність дорадчих та бізнес-центрів для складання бізнес-планів, консультацій із питань управління та розвитку франчайзі банківського кредитування під гарантію франчайзера (франчайзер також може надати франчайзі кредит на вигідних умовах), приділятиме більше уваги установам, університетам, коледжам франчайзингових технологій та досліджуватиме світовий досвід франчайзингу на практиці.

Загалом в Україні є широкий спектр перспектив використання франшиз, що дасть змогу поліпшити загальну культуру торгових відносин, побудувати комплексну сис-

тему для малих та середніх підприємств, освоїти нові технології торгового підприємництва.

Висновки. Сучасний стан розвитку комерційного франчайзингу спрямований на створення конкурентного бізнес-середовища. Комерційний франчайзинг – це ресурс для розвитку малого та середнього бізнесу, створення для них нових можливостей та нових умов функціонування. Франчайзинг в Україні стрімко розвивається у роздрібному та оптовому секторах, але в останні роки він уповільнився через загальну економічну та політичну ситуацію в країні. Як результат, українські інвестори рідкокладають свої активи у торговий бізнес, оскільки українське законодавство не гарантує фінансової безпеки та рентабельності інвестицій у франчайзинговий бізнес. Окрім того, франчайзери та франчайзі ризикують отримати до них несправедливе ставлення до та після укладення договору, оскільки відсутній законодавчо закріплений принцип добросовісності, який є обов'язковим для даного виду бізнесу.

Слід зазначити, що український франчайзинг є перспективною сферою економічної діяльності, і в найближчі кілька років ми будемо свідками зростання цього сегмента ринку. Франчайзинг має багато переваг та недоліків, вони можуть зменшити експлуатаційні витрати та підвищити ефективність виробництва, що дуже важливо для України в сучасних умовах. Як для франчайзера, так і для франчайзі існує ризик зловживання до і після укладення договору. У країнах ЄС сторони дотримуються принципу сумлінної праці, що є позитивним прикладом для України.

Список використаних джерел:

1. Безрукова Н.В. Міжнародний франчайзинг як форма освоєння світових ринків: особливості розвитку та вплив на світовий валовий продукт. *Економічний простір*. 2016. № 106. С. 16–25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2016_106_4 (дата звернення: 31.01.2020).
2. Бондаренко Н.М., Савченко Д.В. Ринок франчайзингових послуг в Україні: переваги та недоліки. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. С. 7–11. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/3970> (дата звернення: 31.01.2020).
3. Зайцев О.В., Кордас А.Р. Поточний стан франчайзингу в Україні та світі. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2020. С. 53–62. DOI: 10.25140/2411-5215-2020-1(21)-53-62 (дата звернення: 31.01.2020).
4. Чего стоит ожидать от рынка франчайзинга в 2018 году? URL: <https://community.com.ua/ru/news-community/chego-stoit-ozhidat-ot-ryinkafranchayzinga-v-2018-godu>/<https://www.forbes.ru/rating/363769-reyting-franshiz-2018> (дата звернення: 28.01.2020).
5. NOVUS \$40 000. Франшиза сети супермаркетов. *Крупнейший каталог франшиз Украины* : вебсайт. URL: <https://franch.ua/franchise/novus> (дата звернення: 31.01.2020).
6. Давидюк Л.П. Розвиток франчайзингового бізнесу в Україні та світі. *Причорноморські економічні студії*. 2019. С. 13–19. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/46_1_2019/4.pdf (дата звернення: 28.01.2020).
7. Одемчук А. Бізнес-аналіз застосування франчайзингу в Україні в сучасних реаліях. 2020. URL: http://kafstat.at.ua/konferens2/section/odemchuk_tezi.pdf (дата звернення: 31.01.2020).
8. Тарасов В. Лучшие франшизы в Украине в 2020 г. по версии InVenture. URL: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/luchshie-franshizy-v-ukraine-v-2019-po-versii-inventure> (дата звернення: 28.01.2020).
9. 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> (дата звернення: 10.02.2020).
10. Franchise business economic outlook 2020. Franchise Growth Continues. *International Franchise Association*. URL: <https://franchiseeconomy.com/assets/26604.pdf> (дата звернення: 31.01.2020).
11. Ukraine Macroeconomic Situation Report – March 2020 / O. Ustenko et al. Accessed March 23, 2020. URL: <https://www.usubc.org/site/recent-news/ukraine---macroeconomic-situation-report--ndash--march-2020> (дата звернення: 31.01.2020).
12. ТОП-100 мировых франшиз по итогам 2018 года. URL: <https://www.forbes.ru/rating/363769-reytingfranshiz-2018> (дата звернення: 02.02.2020).
13. Акименко О. Синергетичні детермінанти розвитку промислового виробництва в умовах обрання Україною курсу на євроінтеграцію. *Проблеми і перспективи економіки та управління*. 2019. № 4(20). С. 157–169.

References:

1. Bezrukova N.V. (2016) Mizhnarodnyy franchayzynyh yak forma osvoyennya svitovykh rynkiv: osoblyvosti rozvytku ta vplyv na svitovyy valovyy produkt. *Ekonomichnyy prostir*, no. 106, pp. 16–25. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecpros_2016_106_4 (accessed 31 January 2020).
2. Bondarenko N. M., Savchenko D. V. (2020) Rynok franchayzynyhovykh posluh v ukrayini: perevahy ta nedoliky. *Naukovyy pohlyad: ekonomika ta upravlinnya*, pp. 7–11. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/handle/123456789/3970> (accessed 31 January 2020).

- Zaytsev O. V., Kordas A. R. (2020) Potochnyy stan franchayzynyh v ukrayini ta u sviti. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnya*, pp. 53–62. DOI: 10.25140/2411-5215-2020-1(21)-53-62 (accessed 31 January 2020).
- Cheho stoyt ozhydat' ot rynku franchayzynyha v 2018 hodu? (2018). URL: <https://community.com.ua/ru/news-community/chego-stoit-ozhidat-ot-ryinkafranchayzyna-v-2018-godu>/<https://www.forbes.ru/rating/363769-reyting-franshiz-2018> (accessed 28 January 2020).
- NOVUS \$40 000. Franshyza sety supermarketov. Krupneyshyy katalog franshyz Ukrayny (2020). URL: <https://franch.ua/franchise/novus> (accessed 31 January 2020).
- Davydyuk L. P. (2019) Rozvytok franchayzynhovooho biznesu v ukrayini ta sviti. *Prychornomors'ki ekonomichni studiyi*, pp. 13–19. URL: http://bses.in.ua/journals/2019/46_1_2019/4.pdf (accessed 28 January 2020).
- Odemchuk A. (2020) Biznes-analiz zastosuvannya franchayzynyh v ukrayini v suchasnykh realiyakh. URL: http://kafstat.at.ua/konferens2/section/odemchuk_tezi.pdf (accessed 31 January 2020).
- Tarasov V. (2020) Luchshye franshyzy v Ukraine v 2020 h. po versyy inVenture. URL: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/luchshie-franshizy-v-ukraine-v-2019-po-versii-inventure> (accessed 28 January 2020).
- Cemenchuk I. M. (2020) Suchasnyy stan ta tendentsiyi rozvytku franchayzynyh v torhovel'niy sferi ekonomiky Ukrayiny. *Stratehiya ekonomichnoho rozvytku Ukrayiny*, pp. 195–207. URL: <https://ir.kneu.edu.ua/bitstream/handle/2010/34077/15-6023-PB.pdf?sequence=1> (accessed 10 February 2020).
- Franchise business economic outlook 2020 (2020) Franchise Growth Continues. International Franchise Association. URL: <https://franchiseconomy.com/assets/26604.pdf> (accessed 31 January 2020).
- Oleg Ustenko, Julia Segura, Valentyn Povroznyuk, Edilberto L. Segura (2020) [Ukraine Macroeconomic Situation Report]. URL: <https://www.usbc.org/site/recent-news/ukraine---macroeconomic-situation-report--ndash--march-2020> (accessed 31 January 2020).
- TOP-100 myrovykh franshyz po ytoham 2018 hoda (2018). URL: <https://www.forbes.ru/rating/363769-reytingfranshiz-2018> (accessed 02 February 2020).
- Akymenko O. (2019) Synerhetychni determinanty rozvytku promyslovooho vyrobnytstva v umovakh obrannya Ukrainoyu kursu na yevrointehratsiyu. *Problemy i perspektyvy ekonomiky ta upravlinnya*, no. 4(20), pp. 157–169.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ

Аннотация. Статья посвящена исследованию франчайзинга как важного фактора развития экономического сектора Украины. Исходя из текущей статистики, характеризуется влияние франшизных соглашений на экономику в целом. Сформулированы проблемы распространения франчайзинга в украинской экономике и предложены меры по их устранению. Доказано, что, несмотря на широкое внедрение франчайзинга на международной арене, это все еще относительно новое явление для украинской экономики. Основные особенности франчайзинга определяются как способ начала нового бизнеса. Отмечено динамичное и стабильное развитие франчайзинга в Украине как одного из самых перспективных видов бизнеса. Подчеркнуто, что франчайзинговый бизнес сосредоточен только в крупных городах. Обоснованы перспективы развития франчайзинга в Украине, приведены возможные пути решения проблем отрасли.

Ключевые слова: торговля, торговая отрасль, внутренняя торговля, франчайзинг, франчайзи, франчайзер.

FEATURES OF FRANCHISING ACTIVITY DEVELOPMENT IN UKRAINE

Summary. The article is devoted to the study of franchising as an important factor in the development of the economic sector of Ukraine. Based on current statistics, the impact of franchise agreements on the economy as a whole is characterized. The problems of franchising spread in the Ukrainian economy are formulated and measures to eliminate them are proposed. It is proved that, despite the widespread introduction of franchising in the international arena, it is still a relatively new phenomenon for the Ukrainian economy. The main features of franchising are defined as a way to start a new business. The dynamic and stable development of franchising in Ukraine as one of the most promising types of business in Ukraine is noted. It is emphasized that the franchise business is concentrated only in large cities. Prospects for the development of franchising in Ukraine are substantiated, probable ways of solving the problems of the industry are given. There is a tendency of glutting the cities and companies redirect in openings of franchise units also in smaller towns. The Ukrainian market offers many opportunities for international franchising. However, as an entrepreneurial activity, franchising encounters the same general barriers, as the establishments of small and medium businesses do. These include the whole complex of taxes, high credit rates, crisis of nonpayment, unstable legislation, and very strict control under the subjects of entrepreneur activity by the state. The investment climate remains the major obstacle for franchises in Ukraine. The problem of balancing the interests of the parties has also been considered. Results of comparison of the advantages and the disadvantages of franchising, separately for the franchisee and for the franchiser, have been systematized. Therefore, to bring the Ukrainian trade business out of crisis through the development of small and medium enterprises, using the form of organization of their activities, such as franchising, it is necessary to analyze the current state of the franchising market in Ukraine and to assess trends in the trade. Franchising, unlike other types of entrepreneurship, provides stability, since this system operates on the basis of a ready-made business and allows progress in the future.

Key words: trade, trade industry, domestic trade, franchising, franchisees, franchisor.