

П. Ю. Орешкіна,
*здобувачка другого (магістерського рівня) вищої освіти;
Національна академія статистики, обліку та аудиту, м. Київ*

ФРАНЧАЙЗИНГ, ЯК СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО БІЗНЕСУ

Після закінчення Другої світової війни франчайзинг був основним засобом, який успішно сприяв розвитку малих підприємств у світі, особливо в Сполучених Штатах Америки.

Франчайзинг є давнім і не обмежується фаст-фудом, відеопрокатом або автомобільними послугами. Він знаходить своє коріння в стародавньому Китаї і використовувався в основному урядами протягом середньовіччя. Він вперше з'явився на сцені США після Громадянської війни та став силою, з якою потрібно рахуватися у післявоєнні 50-ті роки. Він процвітав у 60-х, закріпився у 70-х і досяг зрілості у 80-х. З 90-х років вона продовжує випереджати досягнення решти економіки.

У сучасному світі глобалізація створює нові можливості та виклики для бізнесу. Компанії прагнуть виходити на міжнародні ринки, щоб розширити свою присутність, збільшити прибутки та зміцнити конкурентні позиції. Однак традиційні методи експансії, такі як відкриття власних філій або спільні підприємства, потребують значних фінансових та управлінських ресурсів.

Франчайзинг, як стратегія міжнародного розвитку, дозволяє компаніям швидко масштабувати свій бізнес із мінімальними ризиками та витратами. Ця модель дає змогу використовувати знання та досвід місцевих підприємців, що спрощує адаптацію до нових ринків, культурних особливостей та законодавчих норм.

Основною причиною, через яку виробники, роздрібні торговці та сервісні компанії часто обирають франчайзинг, є просто нестача капіталу. Франчайзинг дозволяє їм швидко відкрити більше місць, ніж вони могли б корпоративно, використовуючи кошти, надані переважно франчайзі.

Франчайзинг вирішує ще більш критичний дефіцит; тобто управління та праці. У період, коли кожна компанія стикається з кризою жорсткого ринку праці, франчайзі забезпечують місцеве керівництво та місцевий найм робочої сили, необхідної для відкриття підрозділів і надання клієнтам високоякісних послуг і продуктів, яких вони потребують.

Щоб досягти успіху сьогодні, усі компанії повинні виконувати обіцянки свого бренду – високоякісні продукти та послуги, що надаються з стабільно високим рівнем обслуговування клієнтів. Історично це було найсильнішим розіграшем для вибору франчайзингу. Якщо франчайзинг працює добре, він має надзвичайно низький відсоток невдач і, всупереч поширеній думці, не є надмірно обтяженим нормативними актами чи надмірними судовими процесами.

Система франчайзингу розроблена, щоб забезпечити формулу для успішного ведення бізнесу, забезпечуючи єдину концепцію продукту та послуг,

пропонуючи таким чином споживачеві визнаний стандарт того, чого очікувати, і вищу цінність. Успішний франчайзер перевіряв і уточнив усі системи надання продуктів і послуг перед запуском франчайзингової програми. Крім того, франчайзери допомагають франчайзі під час запуску їхнього нового бізнесу, а також надають безперервну допомогу щодо продукту, концепції та маркетингу, щоб забезпечити довгостроковий успіх франшизи. Вільям Розенберг, засновник Dunkin' Donuts, сказав про франчайзинг: «У бізнесі для себе, але не сам» [4].

Таблиця 1

Переваги та недоліки франчайзингу

Критерій	Переваги	Недоліки
З точки зору франчайзі	- Використання впізнаваного бренду - Перевірені концепції продуктів і послуг - Технічна допомога у виборі місця, будівництві та дизайні - Навчання та маркетингова підтримка - Фінансовий контроль та можливість отримання фінансування - Менший ризик бізнес-невдач	- Обов'язкова сплата роялті - Суворі стандарти якості та контроль франчайзера - Можливі конфлікти через територіальну ексклюзивність - Обмеження у використанні торговельної марки та правила поновлення
З точки зору франчайзера	- Швидке розширення мережі торгових точок - Мінімальні інвестиції у фізичні активи (фінансування здійснює франчайзі) - Зменшене використання кредитного плеча та стійкість до економічних коливань - Оптимізація витрат на управління бізнесом	- Складність підтримання високих стандартів у міру зростання мережі - Проблеми з ефективною комунікацією між франчайзером і франчайзі - Необхідність адаптації до місцевих ринкових умов та культурних особливостей

Стратегія франчайзингу передбачає розширення бізнесу, дозволяючи іншим підприємцям працювати під брендом компанії та бізнес-моделлю в обмін на гонорари та роялті. Такий підхід забезпечує швидке зростання та проникнення на ринок, залучаючи ресурси та зусилля франчайзі. Франчайзинг може бути дуже ефективною стратегією для розширення бізнесу.

Стратегії успішного франчайзингу на міжнародному рівні вимагають ретельної підготовки та врахування низки важливих факторів, щоб забезпечити стабільне зростання і адаптацію до нових ринків:

- дослідження ринку перед запуском. Першим кроком для успішного франчайзингу є детальне вивчення ринку, на який планується вихід. Необхідно аналізувати економічні умови, конкурентне середовище, споживчі переваги та юридичні вимоги. Це допоможе зрозуміти, чи є попит на продукт, а також визначити, чи готовий ринок до конкретної франшизи.

- локалізація продукту та маркетингової стратегії. Щоб франшиза була успішною на міжнародному рівні, необхідно адаптувати продукт та маркетингову стратегію до місцевих умов. Це може включати зміну асортименту, стиль реклами або навіть коригування ціноутворення відповідно до економічної ситуації в країні.

- вибір оптимальної бізнес-моделі. Для кожного ринку важливо обирати правильну бізнес-модель. Наприклад, модель мастер-франшизи дозволяє залучити місцевих підприємців для подальшого розвитку франшизи в певному регіоні, тоді як пряма франшиза передбачає більш контрольоване розширення за рахунок прямого партнерства.

- використання цифрових технологій для управління мережею. В епоху цифрових технологій важливо застосовувати автоматизовані системи управління, які дозволяють контролювати роботу мережі, моніторити фінансові показники, підтримувати зв'язок з франчайзі та ефективно здійснювати маркетингові кампанії.

Забезпечення гнучкості та адаптації до нових умов є ключовим фактором успішного міжнародного франчайзингу.

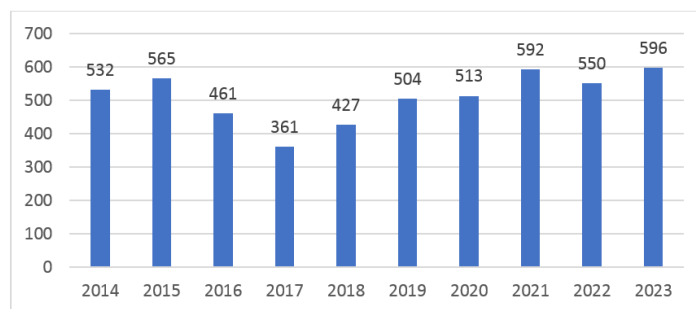


Рис. 1. Динаміка кількості франчайзерів в Україні у 2014–2023 рр.

Джерело: [1]

Зростання в 2015 році (+6.2%) відбулося за рахунок економічного зростання, оптимізм на ринку та розвиток нових бізнес-ідей, які були успішними у попередніх роках. Зниження в 2016–2017 роках (–18.4% у 2016 році та –21.7% у 2017 році): Це скорочення може бути пов'язано з економічною нестабільністю в Україні, складними умовами ведення бізнесу, політичними кризами та іншими зовнішніми факторами, що зробили інвестиції у франчайзинг менш привабливими. Відновлення з 2018 року (+18.3% у 2018 році, +18% у 2019 році): після економічної кризи 2014–2015 років спостерігалось відновлення економіки та стабілізація політичної ситуації, що дозволило бізнесам знову активно розширюватися через франчайзинг.

Невелике зростання в 2020 році (+1.8%): пандемія COVID-19 мала великий вплив на бізнес-середовище, і деякі компанії обмежили свої інвестиції та розширення, проте франчайзинг продовжував існувати завдяки адаптації моделей (онлайн бізнес, доставка тощо). Зростання в 2021 році (+15.4%): в 2021 році спостерігалось відновлення, ймовірно, через стабілізацію ситуації після пандемії і високий попит на франшизи в умовах зміненої економічної ситуації та технологічних інновацій. Зниження в 2022 році (–7.1%): вплив війни в Україні значно вплинув на бізнес-середовище. Криза та економічні труднощі призвели до зменшення кількості нових франшиз. Зростання в 2023 році (+8.4%): після першого шоку від війни в Україні та певного економічного спаду бізнес почав адаптуватися, що призвело до помірного відновлення кількості франшиз.

На основі дослідження ринку франчайзингу в Україні [2-3], визначено 8 сфер, де ця бізнес-модель демонструє стабільний розвиток і значний потенціал для підприємців:

1. Дитяча освіта та розвиток. Батьки прагнуть забезпечити своїм дітям якісну освіту та додатковий розвиток, що сприяє популярності франшиз у сфері навчання. В Україні успішно працюють мережі дитячих садків та освітніх центрів, таких як «Школа Монтесорі», «Академія розвитку», а також франшизи мовних шкіл, наприклад, Green Country і Helen Doron.

2. Салони краси та перукарні. Попит на професійні послуги з догляду за волоссям і зовнішністю залишається стабільним. Відомі франшизи, такі як G.Bar та Backstage, дозволяють підприємцям відкривати салони краси під впізнаваним брендом, забезпечуючи стандарти якості та маркетингову підтримку.

3. Фітнес-індустрія. Популярність здорового способу життя сприяє зростанню попиту на фітнес-центри та студії тренувань. В Україні активно розвиваються франшизи, такі як Sport Life, Energy Gym та HIITWorks, які пропонують різні концепції – від традиційних спортзалів до студій функціонального тренінгу.

4. Освітньо-розважальні студії. Концепція творчих майстерень, де відвідувачі можуть малювати, займатися ліпленням чи рукоділлям, поступово набирає популярності. Українські франшизи Art&Wine та Кольорова лабораторія вже залучають підприємців, які хочуть розвивати креативний бізнес.

5. Ресторани та кафе швидкого харчування. Галузь громадського харчування є однією з найбільш розвинених у франчайзингу. В Україні успішно працюють мережі, такі як Lviv Croissants, Salateira, Mister Cat, а також міжнародні бренди KFC, McDonald's та Domino's Pizza.

6. Клінінгові послуги. Попит на якісні послуги прибирання зростає, особливо серед бізнесу. Українські компанії Unmomento та Чистий офіс пропонують готові франчайзингові моделі для підприємців, які хочуть запустити власний клінінговий бізнес.

7. Нерухомість та управління об'єктами. Ринок нерухомості залишається привабливим для інвесторів та франчайзерів. В Україні діють міжнародні мережі, такі як RE/MAX і Blagovist, які надають підтримку агентствам нерухомості та окремим брокерам.

8. Догляд за літніми людьми. Із зростанням кількості людей похилого віку зростає попит на догляд за ними. В Україні ця сфера поки що розвивається, але франшизи, такі як Соціальне таксі або Будинок турботи, вже пропонують готові бізнес-рішення у цій галузі.

Таблиця 2

ТОП 5 франшиз на українському ринку

Бренд	Галузь	Кількість точок	Інвестиції	Паушальний внесок	Роялті	Окупність
Нова пошта	Логістичні послуги	11 460 відділень та 15 590 поштоматів	від \$1500 до \$5000	відсутній	роялті 0,5% від обороту	від 8 місяців

Продовження таблиці 2

Файні льоди	Громадське харчування	близько 120 точок	від \$12 500 до \$35 000	відсутній	роялті 2% від обороту	від 6 місяців
Галя Балувана	Продовольчий ритейл	більше 900 точок	від \$30 000 до \$40 000	\$9000	роялті \$50	від 6 місяців
Дніпро-М	Непродовольчий ритейл	511 точок	від \$21 000	відсутній	відсутній	10-18 місяців
Сімейна пекарня	Продовольчий ритейл	290 точок	від \$20 000	\$5000 - \$8000	роялті 0 або 3% від обороту	від 6 місяців

Джерело: [5]

Таким чином, франчайзинг є ефективним інструментом для глобалізації бізнесу, оскільки дозволяє швидко масштабувати бренди та знижувати ризики завдяки використанню локальних партнерів. Ключовими перевагами є зниження витрат на запуск, швидка адаптація до нових ринків та доступ до досвіду франчайзі. Однак, серед викликів є потреба в локалізації продукту, адаптації маркетингових стратегій і забезпеченні контролю над якістю. Перспективи розвитку франчайзингу у світі є позитивними, бо він продовжує поширюватися в нових країнах. Франчайзинг в Україні є перспективною стратегією для підприємців, які хочуть почати власну справу з мінімальними ризиками. Найбільш динамічними галузями є освіта, громадське харчування та фітнес. Завдяки цій моделі бізнесу українські підприємці отримують можливість використовувати відомі бренди, перевірені бізнес-моделі та підтримку франчайзера, що сприяє швидшому розвитку бізнесу.

Список використаних джерел

1. Аналітика ринку франчайзингу в Україні. URL: <https://franchisegroup.com.ua/news/analitika-rynku-franchajzyngu-v-ukrayini/>
2. В пошуках франшизи. Які бізнеси зацікавлені запускати підприємці в Україні та за кордоном. URL: <https://delo.ua/business/v-posukax-fransizi-yaki-biznesi-zacikavleni-zapuskati-pidprijemci-v-ukrayini-ta-za-kordonom-426136/>
3. Найкращі копії: топ франшиз в Україні за розміром мережі. URL: <https://rau.ua/novyni/top-10-najbilshih-franshiz-ukraini/>
4. Симоненко К. На всьому готовому: як в Україні розвивається ринок франчайзингу / RAU. Січень 2021. URL: <https://rau.ua/novyni/ukrayini-rynok-franchajzyngu/?fbclid=IwAR34G9jzmur4p-VOhGG7CRM-Tn1cmueZfCgMK1JHНJuZk456ktKa9sD9a3k>
5. ТОП Франшизи 2025: найвигідніші франшизи в Україні. URL: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/top-franshizy-2021-samye-vygodnye-franshizy-v-ukraine>