

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ПЕРСПЕКТИВНА ФОРМА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ НА СТРАХОВОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

І. О. Лазнева, к. іст. н., доцент, irishkins29@gmail.com,

*Б. О. Жеронкін, магістр, ДВНЗ «Запорізький національний технічний університет»,
Zheronkinbogdan@ukr.net*

У статті розглядається франчайзинг як перспективна форма ведення бізнесу на страховому ринку України. Виявлено сутність поняття «франчайзинг» та його переваги й недоліки для учасників франчайзингової угоди. Обґрунтовано, що основними перевагами для франчайзі є надання прав використання бренду та зниження ризиків при здійсненні підприємницької діяльності, а для франчайзера – це розширення ринків збуту та зміцнення своєї репутації. Розкрито тенденції розвитку франчайзингу в національній економіці та виявлено, що економічна нестабільність останніх десяти років відіграла позитивну роль для розвитку цієї сфери економіки. Встановлено, що виживання компаній у цей період залежало від їхньої здатності впроваджувати новачії у свої бізнес-процеси.

На основі аналізу особливостей функціонування страхової галузі виявлено, що в Україні набуває поширення розвиток франчайзингу як нової форми співпраці страхової компанії та страхових посередників. У ході дослідження розкрито сутність, сфери, види франчайзингу на страховому ринку. Визначено, що франчайзинг у страхуванні можна розглядати як ефективний спосіб розвитку бізнесу, який передбачає надання франчайзі від франчайзера системи ведення бізнесу на страховому ринку (страхова діяльність, страхове посередництво, асистанс, експертна діяльність) з метою отримання вигод для всіх учасників ринку (страхових компаній, страхових посередників та клієнтів).

Запропоновано заходи щодо координації цієї сфери, які передбачають законодавче врегулювання та сприяння створенню стратегічних альянсів банківських установ і страхових організацій, що може стати ефективною формою співпраці професійних учасників страхового ринку, дозволить скоротити витрати страхових компаній і забезпечити якість страхової послуги.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзі, франчайзингова діяльність, франчайзингова угода, страхування, страхова компанія, страховий посередник, страховий ринок, страхова послуга.

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 [1]. З кожним роком обсяги франчайзингових угод зростають, створюючи нові робочі місця та збільшуючи валовий внутрішній продукт [2].

Франчайзингова справа в Україні охоплює поки що не широкий перелік видів економічної діяльності. Найбільш поширеною вона є в сфері торгівлі й громадського харчування (супермаркети, точки продажу вегетаріанської кухні, екопродукції, кормів

для тварин, фастфуду, кав'ярні, паби, міні-хлібопекарні) та мережі мікрофінансових кредитних пунктів [1]. Але в національній економіці з'являються й нові напрями франчайзингу. Новою ланкою у франчайзинговій діяльності став страховий ринок, оскільки багато страхових компаній в період економічних коливань змушені були шукати інноваційні рішення для завоювання позицій на ринку. Тому питання особливостей функціонування франчайзингу як форми ведення бізнесу на страховому ринку України є надзвичайно актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти дослідження франчайзингу знайшли своє відображення у наукових працях українських вчених-економістів: І. Амеліної, В. Семе-

нець [1], Н. Безрукової [2], А. Гессен, М. Журавель, В. Стаханової [3], Т. Лазоренко, А. Фролової [4]. Актуальні проблеми функціонування і розвитку страхового ринку в Україні висвітлені О. Слободянюком [5], О. Новіковим, О. Сафоновою [6], А. Макаровою [7] та ін. Але теоретичні та практичні питання франчайзингу як перспективної форми ведення бізнесу на страховому ринку є маловивченими. Варто відмітити дослідження О. Залетова [8, с.211], який розкрив законодавчу базу регулювання франчайзингу в страхуванні, процедури функціонування та порядок взаємин між франчайзером і франчайзі, основні напрямки розвитку франчайзингу на страховому ринку. Цінним для наукової спільноти є наукові доробки В. Грабового [9], який обґрунтував теоретичні основи франчайзингу та розкрив можливості його використання на страховому ринку України. Але, не зважаючи на вищенаведене, питання розвитку франчайзингу на страховому ринку потребує подальшого дослідження в контексті розкриття теоретичних та практичних питань.

Формулювання мети статті. Метою даної статті є теоретичне обґрунтування сутності та особливостей франчайзингу як форми ведення бізнесу на страховому ринку України.

Виклад основного матеріалу дослідження. У XXI ст. франчайзинг являє собою одну з найбільш перспективних форм міжнародного бізнесу. Транснаціональні корпорації використовують франчайзинг як

спосіб інтернаціоналізації своєї діяльності. Цей вид бізнесу поширений не лише у сфері ресторанів швидкого обслуговування (McDonald's, Dunkin 'Donuts, Baskin-Robbins, Pizza Hut і KFC), але й у продажах модного одягу (Benetton) чи автомобільних шин (Bridgestone Corporation) [10].

З огляду на світовий досвід, не дивно, що в економічній літературі з'явилася низка публікацій, які розкривають франчайзинг як ефективний засіб вирішення проблем малого та великого бізнесу. Франчайзинг виступає як «один із найкращих інструментів бізнесу, що займає певний сегмент на ринку та завоював свого споживача» [3], «один з найефективніших способів розвитку бізнесу для фірм» [4], «одна з найбільш ефективних форм інтеграції малих господарських структур та корпорацій» [11, с.9]. З метою встановлення обґрунтованості цих тверджень необхідно проаналізувати сутність, переваги та недоліки франчайзингових відносин.

Франчайзинг (franchising) – це особлива форма ліцензування, суть якої полягає в тому, що фірма (франчайзер) видає іншій компанії (франчайзі) дозвіл на використання своєї технології виробництва, а також бренду, торгової марки та логотипу в обмін на виплату роялті [10]. Крім цього франчайзер на тривалій основі допомагає партнеру в здійсненні господарських операцій, постачанні напівфабрикатів і комплектуючих виробів, надаючи управлінські послуги та технології.

Таблиця 1

Переваги та недоліки франчайзингу

Переваги	Недоліки
низький рівень фінансових ризиків; можливість оцінки потенціалу ринку та інформації про місцеві ринки без великих витрат; можливість уникнути тарифів, нетарифних обмежень, обмежень на іноземні інвестиції; здійснення більш жорсткого контролю порівняно з ліцензуванням;	обмежені можливості ринку / обмеження прибутку; залежність від франчайзі; потенційні конфлікти з франчайзингом; вірогідність створення нового конкурента.

Джерело: [10]

У таблиці 1 подано загальні переваги та недоліки франчайзингу як форми ведення бізнесу. Для франчайзі система франчайзингу – це потужна підтримка великої компанії

з наданням права використання її бренду, відсутність прямої конкуренції та необхідності шукати свою «нішу» на ринку, що істотно знижує її ризики. В умовах обмеженос-

ті фінансових ресурсів, особливо в період економічних коливань, купівля франшизи для підприємств малого бізнесу стає одним із способів почати бізнес. Для франчайзера – це швидкий вихід на нові ринки і зміцнення своєї репутації на існуючих без вкладення додаткових коштів, що створює можливість розвивати його присутність на регіональному рівні [4]. На основі вищенаведеного можна стверджувати, що франчайзинг є ефективною формою бізнесу та має значну кількість переваг для всіх його учасників.

В Україні франчайзингова форма мереж є досить привабливою для українського бізнесу. У 2001 році кількість франчайзерів становила 48 одиниць, а у 2015 році – 565 одиниць. В період 2001–2015 р.р. лише у 2009 та 2014 роках спостерігалось скорочення кількості франчайзерів, що можна пояснити зниженням ділової активності підприємств у зв'язку з фінансовою кризою 2008 року та суспільно-політичними подіями 2013–2014 р.р. Проте навіть у 2014 році, коли кількість франчайзерів скоротилась, кількість власників франшиз продовжувала зростати, тобто економічна криза відіграла позитивну роль для франчайзингу загалом, а виживання компаній у цей період залежало від їхньої здатності впроваджувати новачі у свої бізнес-процеси. За даними Комерційної служби США і компанії Franchise Group франчайзингова модель бізнесу в Україні є стійкою. Серед усіх українських підприємств 77 % приватних підприємців припиняють функціонування на ринку після 7 років, а після 10 років залишаються на ринку лише 18 %. Натомість серед компаній, які працюють за договорами франчайзингу, лише 8 % підприємців припиняють свою діяльність через п'ять років, а близько 90 % зберігають ринкові позиції після 10 років [12; 13]. Варто підкреслити, що український ринок франчайзингу є одним з найбільш складних з огляду на недосконалість національного законодавства щодо франчайзингової моделі бізнесу та особливості підприємницької ментальності, якій притаманні порушення прав інтелектуальної власності та низький рівень економічної довіри.

На страховому ринку франчайзингова форма ведення бізнесу лише набирає обертів в національній економіці. Розгляне-

мо тенденції, які притаманні страховій галузі загалом та в контексті франчайзингових відносин.

Ситуація на страхову ринку України є досить складною, про що свідчать результати дослідження Новікової О. Є. та Сафонові О. Д. [6, с.95]. Головними проблемами цього сектору є нижча конкурентоспроможність у боротьбі за залучення вільних коштів страхових компаній порівняно з комерційними банками, інформаційна закритість страхового ринку, відсутність цілеспрямованої державної політики у сфері страхування, невеликі обсяги і недосконала структура капіталу страхових організацій [5, с.127]. Загальна кількість страхових компаній (СК) станом на 31.12.2017 становила 294, у тому числі СК «life» – 33 компанії, СК «non-life» – 271 компанія, (станом на 31.12.2016 – 310 компаній, у тому числі СК «life» – 39 компаній, СК «non-life» – 271 компанія). Кількість страхових компаній має тенденцію до зменшення, так за 2017 рік порівняно з 2016 роком, кількість компаній зменшилася на 16 СК, порівняно з 2015 роком зменшилася на 67 СК [14]. В Україні розвинуті тільки класичні види страхування — КАСКО, майнове страхування, в той час як, наприклад, медичне страхування знаходиться у стадії зародження, що зумовлено низьким рівнем доходів населення [7, с.65]. Не дивлячись на вищенаведені недоліки ринок страхових послуг є другим за рівнем капіталізації серед інших небанківських фінансових ринків.

Практика останніх років свідчить, що поглиблення регіональної мережі погіршило становище страхових компаній з причин низької ефективності роботи її філій, зростанням фінансових витрат, незначного росту страхового ринку, високих процентних ставок по кредитах, загостренням конкуренції. До кризи 2014–2015 рр. для більшості страхових компаній України метою розширення регіональної мережі був їх подальший перепродаж закордонним інвесторам. Але сьогодні механічне посилення присутності страховика в регіонах виявляється недоцільним, тому що близько 40% вартості страхового продукту припадає на адміністративну складову [15].

У 2016 році страховий ринок пере-

йшов до стабільної фази розвитку і страхові компанії почали шукати інші методи завоювання ринків, одним з яких є франчайзинг як нова форма співпраці страхової компанії та страхових посередників. Такий формат співпраці вигідний всім учасникам ринку: страхова компанія отримує додатковий канал продажів; страховий посередник, працюючи з декількома страховими компаніями, не обмежений в діяльності та може запропонувати клієнту оптимально вигідне

рішення залежно від його потреб; клієнт отримує найкращу пропозицію на вигідних умовах.

Міжнародний досвід свідчить, що франчайзинг на страховому ринку набув розвитку при проведенні діяльності страховиками, страховому посередництві, банківському страхуванні, діяльності міжнародних асистансів та експертів (аджастер, сюрвейєр, диспашер, аварійний комісар) (табл. 2).

Таблиця 2

Сфери застосування франчайзингу на страховому ринку

№	Франчайзер	Франчайзі	Сфера застосування франчайзингу
1	Страховик-нерезидент	Страховик-резидент	Міжнародне медичне страхування, страхування експортно-імпортних ризиків, міжнародне страхування «Зелена картка»
2	Перестраховик	Страховик	Облігаторні договори перестраховування
3	Страховик	Генеральне представництво	Масові страхові продукти (автотранспортне страхування, медичне страхування, страхування життя, страхування майна фізичних та юридичних осіб, страхування відповідальності)
4	Об'єднання страховиків	Страховик	Міжнародне страхування «Зелена картка», обов'язкове страхування цивільно-правової відповідальності власників наземного транспорту перед третіми особами, ядерне страхування, агрострахування
5	Страховик	Банк	Страхові продукти, що реалізуються в системі асюрбанкінгу
6	Банк	Страховик	Страхові продукти, що реалізуються в системі банко-страхування
7	Перестраховий брокер-нерезидент	Страховий брокер-резидент	Облігаторні договори перестраховування
8	Страховий брокер	Страхові агентства та агенти	Масові страхові продукти (автотранспортне страхування, медичне страхування, страхування життя, страхування майна фізичних та юридичних осіб, страхування відповідальності)
9	Міжнародний асистанс	Страховик-резидент	Покриття міжнародними послугами асистанс
10	Міжнародний експерт (аджастер, сюрвейєр, диспашер, аварійний комісар)	Експерт-резидент	Покриття міжнародними експертними послугами у сфері страхування

Джерело: [8]

Франчайзинг на страховому ринку означають як систему відносин двох і більше суб'єктів ринку (франчайзера і франчайзі), при якому торгова марка або торговий знак франчайзера, його ноу-хау, методи і технології ведення підприємницької діяльності на страховому ринку (страхова діяльність, страхове посередництво, асистанс, експертна діяльність), інтелектуальна власність та інші права надаються франчайзі за умови їх використання за призначенням на обмеженій території в обмін на пряму або непряму фінансову винагороду при тривалій підтримці в технічних, консультаційних, маркетингових питаннях і в питаннях ведення підприємницької діяльності на страховому ринку та навчанні з боку франчайзера в межах і в період дії спеціально укладеної обома сторонами для цієї мети франчайзингової угоди [8].

На страховому ринку розрізняють два типи договірних відносин франчайзингу. Перший набув найбільшого застосування на ринку масових видів страхування. Суть його полягає в тому, що франчайзі (страхове агентство, банк, туристична фірма, автосалон) є вузько спеціалізованим на реалізації певної групи страхових послуг (автотранспортне страхування, страхування життя, ДМС, страхування майна громадян, страхування подорожуючих за кордон) і одержанні як агентської винагороди, так і фіксованої частки прибутку за результатами управління страховим портфелем.

Другий тип договірних відносин є більш складним, оскільки франчайзі працює не просто під торговою маркою франчайзера (страховика, перестраховика, міжнародного брокера або асистансу), а включається в повний його виробничо-господарський

цикл, виконуючи вимоги технологічного процесу, якості, навчання персоналу, виконання плану продажу страхових продуктів, оперативної звітності. Наприклад, за таким принципом організовується робота генеральних страхових агентств страхових компаній «Allstate», «Bright way in surance», «Fiestain surance», «Uniqa» [9].

На основі проведеного аналізу зазначимо, що франчайзинг на страховому ринку доцільно розглядати як ефективний спосіб розвитку бізнесу, який передбачає надання франчайзі від франчайзера системи ведення бізнесу на страховому ринку (страхова діяльність, страхове посередництво, асистанс, експертна діяльність) з метою отримання вигод для всіх учасників ринку (страхових компаній, страхових посередників та клієнтів).

З метою вдосконалення реалізації франчайзингових відносин в сфері страхування України, необхідно, по-перше, забезпечити законодавче врегулювання, зокрема здійснити уніфікацію законодавства, а, по-друге, розвивати стратегічні альянси банківських установ і страхових організацій, що обумовлено наявністю в них довгострокового капіталу, потребою ефективного його використання, необхідністю диверсифікації діяльності та підвищення рентабельності операцій. Оскільки саме страхові компанії є основними учасниками стратегічних альянсів в світовій економіці. На наш погляд, що за умови відповідного законодавчого урегулювання, а також забезпечення міжнародного співробітництва франчайзинг може стати ефективною формою співпраці професійних учасників страхового ринку, яка скоротить витрати страхових компаній і забезпечить якість страхової послуги.

Висновки. Франчайзинг на страховому ринку є ефективним способом розвитку бізнесу, який передбачає надання франчайзі від франчайзера системи ведення бізнесу на страховому ринку (страхова діяльність, страхове посередництво, асистанс, експертна діяльність) з метою отримання вигод для всіх учасників ринку (страхових компаній, страхових посередників та клієнтів). В Україні франчайзинг як нова форма бізнесу в страховій справі є перспективним напрямком діяльності, проте для його розвитку необхідно забезпечити законодавче врегулювання та сприяти створенню стратегічних альянсів банківських установ і страхових організацій.

Література

1. Амеліна І. В. Розвиток франчайзингової діяльності в Україні / І. В. Амеліна, В. В. Семенець // Економіка і регіон. – 2015. – № 2. – С. 21–24.
2. Безрукова Н. В. Міжнародний франчайзинг як форма освоєння світових ринків: особливості розвитку та вплив на світовий валовий продукт / Н. В. Безрукова, В. В. Семенець // Економічний простір. – 2016. – № 106. – С. 16–25.
3. Гессен А. Є. Розвиток франчайзингу як вагомий фактор розширення ринку в Україні [Електронний ресурс] / А. Є. Гессен, М. О. Журавель, В. В. Стаханова. – Режим доступу: http://global-national.in.ua/issue_14_2016/22_vipusk_14_gruden_2016_r/2560_gessen_a_e_zhuravel_m_o_stakhanova_v_v_rozvitok_franchajzingu_yak_vagomij_faktor_rozshirennya_rinku_v_ukrajini
4. Лазоренко Т. Розвиток франчайзингу у світі та в Україні [Електронний ресурс] / Т. Лазоренко, А. Фролова // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2017. – Вип. 2 (17). – С. 199–207.
5. Слободянюк О. В. Інституціональна модель страхового ринку України [Електронний ресурс] / О. В. Слободянюк. – Режим доступу : www.investplan.com.ua/pdf/4_2016/7.pdf
6. Новіков О. Є. Перспективи розвитку страхового ринку України / О. Є. Новіков, О. Д. Сафонова // Науковий вісник Миколаївського

державного університету імені В. О. Сухомлинського. Серія: Економічні науки. – 2014. – Вип. 5.2. – С. 92–96.

7. Макарова А. М. Сучасний стан ринку страхування України / А. М. Макарова, В. М. Макарова // Управління розвитком. – 2014. – № 8. – С. 64–66.

8. Залетов О. М. Теоретичні основи франчайзингу на страховому ринку / О. М. Залетов // Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. – 2014. – Вип. 1. – С. 208–212.

9. Грабовий В. О. Франчайзинг та можливість його використання на страховому ринку України [Електронний ресурс] / В. О. Грабовий. – Режим доступу:

http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/handle/123456789/7896/119_121a.pdf?sequence=1&isAllowed=y

10. Гриффін Р. Международный бизнес / Рикки У. Гриффін, Майкл У. Пастей / Пер. с англ. под ред. А. Г. Медведева. – 4-е изд. – СПб. : Питер, 2006. – 1088 с.

11. Шейн Скотт А. Від морозива до Інтернету. Франчайзинг як інструмент розвитку та підвищення прибутковості вашої компанії / Пер. з англ.; За наук. ред. Є. Є. Козлова – Дніпропетровськ : Баланс Бізнес Букс, 2006. – 208 с.

12. Про франчайзинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://franchisegroup.com.ua/about-company/franchising>.

13. Франшизы в Украине устойчивы к кризису. Общий обзор сектора франчайзинга и его показатели на основе анкетирования [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://franchisegroup.com.ua/bitrix/templates/nakitel_tpl/img/pdf/Franchise%20Business%20Outlook%20Report.pdf.

14. Підсумки діяльності страхових компаній за 2017 рік [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://forinsurer.com/files/file00634.pdf>

15. Сосновский О. Франчайзинг в страховании – новая форма сотрудничества страховщиков и посредников [Электронный ресурс] / О. Сосновский. – Режим доступа : <https://forinsurer.com/public/10/06/16/4111>

References

1. Amelina I. V. *Rozvytok franchajzinhovoi diialnosti v Ukraini* [Development of franchising activity

in Ukraine] / I. V. Amelina, V. V. Semenets // *Ekonomika i rehion.* – 2015. – № 2. – P. 21–24.

2. Bezrukova N. V. *Mizhnarodnyi franchaizynh yak forma osvoiennia svitovykh rynkiv: osoblyvosti rozvytku ta vplyv na svitovi valovi produkt* [International franchising as a form of t world markets development: peculiarities and impact on world gross product] / N. V. Bezrukova, V. V. Semenets // *Ekonomichnyi prostir.* – 2016. – № 106. – P. 16–25.

3. Hessen A. Ye. *Rozvytok franchaizynhu yak vahomyi faktor rozshyrennia rynku v Ukraini* [The development of franchising as a significant factor in the expansion of the market in Ukraine] [Elektronnyi resurs] / A. Ye. Hessen, M. O. Zhuravel, V. V. Stakhanova. – Rezhym dostupu: <http://global-national.in.ua/issue-14-2016/22-vipusk-14-gruden-2016-r/2560-gessen-a-e-zhuravel-m-o-stakhanova-v-v-rozvitok-franchajzingu-yak-vagomij-faktor-rozshyrennia-rynku-v-ukrajini>

4. Lazorenko T. *Rozvytok franchaizynhu u sviti ta v Ukraini* [Development of franchising in the world and in Ukraine] [Elektronnyi resurs] / T. Lazorenko, A. Frolova // *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava.* – 2017. – Vyp. 2 (17). – P. 199–207.

5. Clobodianiuk O. V. *Instytutsionalna model strakhovoho rynku Ukrainy* [The institutional model of the Ukrainian insurance market] [Elektronnyi resurs] / O. V. Clobodianiuk. – Rezhym dostupu : www.investplan.com.ua/pdf/4_2016/7.pdf

6. Novikov O. Ye. *Perspektyvy rozvytku strakhovoho rynku Ukrainy* [Prospects for the development of the Ukrainian insurance market] / O. Ye. Novikov, O. D. Safonova // *Naukovyi visnyk Mykolaivskoho derzhavnogo universytetu imeni V. O. Sukhomlynskoho. Serii: Ekonomichni nauky.* – 2014. – Vyp. 5.2. – P. 92–96.

7. Makarova A. M. *Suchasnyi stan rynku strakhuvannia Ukrainy* [The current state of the Ukrainian insurance market] / A. M. Makarova, V. M. Makarova // *Upravlinnia rozvytkom.* – 2014. – № 8. – P. 64–66.

8. Zalietov O. M. *Teoretychni osnovy franchaizynhu na strakhovomu rynku* [Theoretical foundations of franchising in the insurance market] / O.

M. Zalietov // *Finansovo-kredytna diialnist: problemy teorii ta praktyky.* – 2014. – Vyp. 1. – P. 208–212.

9. Hrabovyi V. O. *Franchaizynh ta mozhlyvosti yoho vykorystannia na strakhovomu rynku Ukrainy* [Franchising and its use in the Ukrainian insurance market] [Elektronnyi resurs] / V. O. Hrabovyi. – Rezhym dostupu: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/handle/123456789/7896/119-121a.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

10. Hryffyn R. *Mezhdunarodnyi byznes* [International business] / Rykky U. Hryffyn, Maikl U. Pastei / Per. s anhl. pod red. A. H. Medvedeva. – 4-e yzd. – SPb. : Pyter, 2006. – 1088 p.

11. Shein Skott A. *Vid morozyva do Internetu. Franchaizynh yak instrument rozvytku ta pidvyshchennia prybutkovosti vashoi kompanii* [From Ice Cream to the Internet. Franchising as a tool for developing and enhancing the profitability of your company] / Per. z anhl.; Za nauk. red. Ye. Ye. Kozlova – Dnipropetrovsk : Balans Biznes Buks, 2006. – 208 p.

12. *Pro franchaizynh* [About franchising] [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://franchisegroup.com.ua/about-company/franchising>.

13. *Franshyzynh v Ukrainy ustoichyvyi k kryzysu. Obshchyi obzor sektora franchaizynha y eho pokazately na osnove anketyrovannia* [Franchises in Ukraine are resistant to the crisis. General overview of the franchising sector and its indicators based on the questionnaire] [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupa : http://franchisegroup.com.ua/bitrix/templates/nakitel_tpl/img/pdf/Franchise%20Business%20Outlook%20Report.pdf.

14. *Pidsumky diialnosti strakhovykh kompanii za 2017 rik* [Results of the activity of insurance companies for 2017] [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://forinsurer.com/files/file00634.pdf>

15. Sosnovskiy O. *Franchaizynh v strakhovannyi – novaia forma sotrudnychestva strakhovshchykov i posrednykov* [Franchising in insurance is a new form of cooperation between insurers and intermediaries] [Elektronnyi resurs] / O. Sosnovskiy. – Rezhym dostupa : <https://forinsurer.com/public/10/06/16/4111>

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ПЕРСПЕКТИВНАЯ ФОРМА ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА
НА СТРАХОВОМ РЫНКЕ УКРАИНЫ

*И. А. Лазнева, к. ист. н., доцент, Б. О. Жеронкин, магистр,
ГВУЗ «Запорожский национальный технический университет»*

В статье рассматривается франчайзинг как перспективная форма ведения бизнеса на страховом рынке Украины. Выявлена сущность понятия «франчайзинг», его преимущества и недостатки для участников франчайзингового соглашения. Обосновано, что основными преимуществами для франчайзи является предоставление прав на использование бренда и снижение рисков при осуществлении предпринимательской деятельности, а для франчайзера – это расширение рынков сбыта и укрепления своей репутации. Раскрыты тенденции развития франчайзинга в национальной экономике и выявлено, что экономическая нестабильность последних десяти лет сыграла положительную роль для этой сферы экономики. Установлено, что выживание компаний в данный период зависело от их способности внедрять новации в свои бизнес-процессы.

На основе анализа особенностей функционирования страховой отрасли выявлено, что в Украине развивается франчайзинг как новая форма сотрудничества страховой компании и страховых посредников. В ходе исследования раскрыта сущность, сферы, виды франчайзинга на страховом рынке. Определено, что франчайзинг в страховании можно рассматривать как эффективный способ развития бизнеса, который предусматривает предоставление франчайзи от франчайзера системы ведения бизнеса на страховом рынке (страховая деятельность, страховое посредничество, ассистанс, экспертная деятельность) с целью получения выгод для всех участников рынка (страховых компаний, страховых посредников и клиентов).

Предложены мероприятия по координации этой сферы, предусматривающие законодательное урегулирование и содействие созданию стратегических альянсов банковских учреждений и страховых организаций, что будет содействовать эффективному сотрудничеству профессиональных участников страхового рынка, сократит расходы страховых компаний и обеспечит качество страховой услуги.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзер, франчайзи, франчайзинговая деятельность, франчайзинговое соглашение, страхование, страховая компания, страховой посредник, страховой рынок, страховая услуга.

FRANCHISING AS A PERSPECTIVE FORM OF BUSINESS IN THE INSURANCE
MARKET IN UKRAINE

*I. O. Lazneva, Ph. D (History), Associate Professor, B. O. Zheronkin, Master,
SHEI «Zaporizhzhya National Technical University»*

Franchising is considered as a promising form of doing business in the insurance market of Ukraine. The essence of the concept of «franchising» and its advantages and disadvantages for the participants of the franchising agreement are revealed. It is substantiated that the main advantages for the franchisee are the granting of the rights to use the brand and the reduction of risks in the performance of entrepreneurial activities, and for the franchisor is the expansion of sales markets and strengthening of its reputation. The trends of franchising in the national economy are disclosed, and it is revealed that the economic instability of the last ten years has played a positive role for this sphere of the economy. It is established that the survival of companies during this period depended on their ability to innovate in their business processes.

Based on the analysis of the functioning of the insurance industry, it is revealed that franchising has developed in Ukraine as a new form of cooperation between the insurance company and insurance intermediaries. As a result of the research, the essence, spheres, types of franchising in the insurance market are revealed. It is determined that franchising in insurance can be considered as an effective way of business development, which provides for the franchisee from the franchisor to conduct business in the insurance market (insurance, insurance intermediation, assistance, expert

activity) in order to obtain benefits for all market participants (insurance companies, insurance intermediaries and customers).

The legislative settlement and assistance in the creation of strategic alliances of banking institutions and insurance organizations are proposed as coordination measures in this sphere. These measures will promote effective cooperation of professional participants in the insurance market, reduce the costs of insurance companies and ensure the quality of insurance services.

Keywords: franchising, franchisor, franchisee, franchising activity, franchising agreement, insurance, insurance company, insurance intermediary, insurance market, insurance service.

Надійшла до редакції 23.01.2018 р.