

2. Анурина О. Как подготовить компанию к работе в рамках ВТО // А. Анурина // Генеральный директор. – 2007. – №1. – С. 40–52.
3. Особенности ценообразования на рынке транспортных услуг / Сухова Л.Ф. Алматы: Казахский университет, 1998.
4. Сайт Севастопольского городского управления статистики <http://www.sevstat.sevinfo.com.ua/>
5. Лига бизнес-информ [http://biz.liga.net/auto/period\\_182/fuel.htm](http://biz.liga.net/auto/period_182/fuel.htm)
6. Королькова И.М., Раздобреева Г.А., Королькова О.А. Роль маркетинга в устойчивом развитии автотранспортных предприятий ре-

гиона // Вестник Сев НТУ. Вып 73. Экономимка и финсы. – Севастополь Изд-во СевНТУ, 2006. – 232 с.; ил.

7. Общественный транспорт Мюнхена лучший в Европе [Электрон. ресурс]. – Электронные текстовые данные. – Режим доступа – <http://elvisti.com/node/88239>

8. Города Европы с лучшим общественным транспортом [Электрон. ресурс]. – Электронные текстовые данные. – Режим доступа – <http://tripadvice.ru/articles/best-public-transport-in-europe>

9. Сайт компании Motts travel [Электрон. ресурс]. – Электронные текстовые данные. – Режим доступа – <http://www.mottstravel.com/>

Т.Е. МАКАРЕНКО,

аспірант, Інститут світової економіки і міжнародних відносин НАН України

## Концептуалізація розвитку франчайзингу в сучасних трансформаційних умовах

*У статті досліджено особливості функціонування підприємств малого бізнесу, які розвиваються в сучасних трансформаційних умовах за моделлю франчайзингу. Проведено аналіз сучасного стану ринку франчайзингу в Україні та його перспектив.*

**Ключові слова:** франчайзинг, бізнес-формат франчайзингу, франчайзер, франчайзі, франшиза, франчайзингові мережі.

*В статье исследованы особенности функционирования предприятий малого бизнеса, развивающихся в современных трансформационных условиях по модели франчайзинга. Проведен анализ современного состояния рынка франчайзинга в Украине и его перспектив.*

**Ключевые слова:** франчайзинг, бизнес-формат франчайзинга, франчайзер, франчайзи, франшиза, франчайзинговые сети.

*In this article the problems and prospects of small businesses seeking to development their business by franchise system in today's transformation conditions are examined. The current state of franchising market in Ukraine are described, their prospects are analyzed.*

**Keywords:** franchising, business format of franchising, franchisor, franchisee, franchise, franchise network.

**Постановка проблеми.** Сучасний стан економіки України вимагає вирішення цілого ряду проблем, досягнення економічної ефективності підприємництва. Вплив економічної кризи в Україні болісно відчуло більшість суб'єктів господарювання. Скорочення видаткової частини їх власного бюджету призвело до масових звільнень і скорочень робочих місць. Процес становлення і розвитку малого бізнесу в Україні відбувається в умовах різкого обмеження фінансових ресурсів, відсутності

дієвої системи фінансування, кредитування та страхування підприємницької діяльності. Створення робочих місць відбувається за рахунок модернізації існуючих потужностей або за рахунок нових бізнес-ідей та проектів. Реалізація даної стратегії сприяє формуванню та розвитку нових форм господарювання, а саме підприємств малого бізнесу, який відіграє значну роль в національній економіці, значно впливаючи на темпи економічного зростання.

З метою поліпшення ситуації, яка утворилася у вітчизняній економіці, відновлення економічного зростання й модернізації економіки, Комітетом з економічних реформ при Президенті України була розроблена програма економічних реформ на 2010–2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава». Пріоритети надаються розвитку перспективних та створенню прогресивних технологій, здатними підвищити конкурентоспроможність економіки України. Технологічний розвиток має стати однією з головних задач для суспільства та держави. Успішна реалізація запропонованої програми модернізації і розвитку вітчизняної економіки можлива за рахунок економічного механізму – франчайзингу, який дає можливість об'єднати переваги малого та великого бізнесу, підвищити ефективність малого бізнесу.

**Аналіз досліджень та публікацій з проблеми.** Вивченню особливостей розвитку франчайзингових відносин та їх впливу на економічний розвиток у країнах світу сьогодні приділяється значна увага. Це питання у своїх роботах досліджують такі українські та російські науковці, як А.В. Цірат, Г.В. Цірат, Г.А. Андрощук, В.А. Денисюк, М. Зархін, Н.С. Кузнецова, О.В. Кохановська, Н.М. Широкова, М. Терещенко, В.І. Ляшенко, Ю.А. Бондаренко, В.В. Довгань, І.В. Рикова та ін.

Вагомий внесок у дослідження франчайзингу як важеля економічної інтеграції здійснено західними вченими, серед яких варто відзначити таких як Peter E. Keup, Erwin J. Keup, Anna Watson, David A. Kirby, Alex S. Konigsberg, Aldo Frignani, Antony Mair, Arris Ikkos та багато ін.

**Мета статті.** Дослідити сутність франчайзингових відносин, обґрунтувати особливості розвитку франчайзингових підприємств на сучасному етапі. Проаналізувати перспективні напрями розвитку франчайзингу в Україні.

**Виклад основного матеріалу.** Термін «франчайзинг» використовується для опису різних форм ділових відносин, у тому числі ліцензування, дистриб'юторські угоди та агентські угоди. У найбільш відомому сенсі термін «франшиза» виник під час розвитку бізнес-формату франчайзингу та означає комплекс базових елементів належних для подальшого використання і дотримання» [1, с. 14].

Бізнес-формат франчайзингу – надання франчайзером права франчайзі для торгівлі або створення власного бізнесу під торговою маркою франчайзера, слідкуючи перевірній бізнес-моделі. Франчайзі отримує право на використання торгової марки, ноу-хау власника, навчання персоналу, створення відповідних інтер'єрів, торгових приміщень тощо. Франчайзі одержує також франшизу, яка включає всі елементи, необхідні для створення бізнесу і подальшого його розвитку з постійною допомогою в заданому базисі (з можливістю її пролонгації).

«Франчайзинг бізнес-формату – найбільш комплексний вид. Франчайзі, окрім права продавати товари або надавати послуги, отримує такі технології як контроль якості і обліку, робочі процедури, маркетинг і реклама, навчання персоналу та багато іншого» [2, с. 56].

Бізнес-формат франчайзингу (співпрацю франчайзера і франчайзі) можна порівняти з біологічним терміном «організм» (від лат. *organismus*, від лат. *organizo* – влаштовую, від дав.-гр. *ἔργον* – знаряддя) – частини якого впливають одна на одну так, що вони функціонують разом як система, що має різні рівні організації та яка володіє сукупністю властивостей: обміном інформацією, передачею досвіду, ростом, постійним розвитком, розширенням мереж, спадкуванням та іншим.

Підприємства, які використовують дану модель як метод розширення, при цьому зберігаючи показники успішності, і є свідцтвом успіху концепції франчайзингу – як для франчайзерів (підприємств, які розширюють франчайзингові мережі), так і для франчайзі (осіб, які приєдналися до франчайзингової мережі, з метою запуску франшизи).

Покупка франшизи супроводжується укладанням угоди між двома (або більше) сторонами, яка:

- наділяє франчайзі правами брати участь у бізнесі франчайзера та чітко діяти відповідно до маркетингового плану або запропонованої системи;
- дозволяє франчайзі працювати під торговою маркою франчайзера, використовувати його комерційне (фірмове)

найменування, логотип, рекламу (рекламну продукцію) або інші комерційні символи та винаходи, запатентовані франчайзером;

- зобов'язує франчайзі здійснювати визначені угодою платежі (паушальний внесок, роялті, рекламні паї та інші) [3, с. 5].

Франчайзинг дедалі називають «індустрією» у своєму власному праві. В значній мірі це пов'язано з його масштабом та спільним використанням бізнес-формату франчайзингу як моделі зростання бізнесу всередині.

Однією з головних причин успіху франчайзингу є постійна підтримка, до якої франчайзі має доступ через головний офіс франчайзера. Створені франчайзером системи вже пройшли через біль з'ясування та виправлення помилок, пошуку нових шляхів розвитку і успішного існування бізнесу. Саме тому франчайзер готовий навчати франчайзі. Але франчайзі має досліджувати всю систему крок за кроком, а не вибирати будь-яку частину системи для подальшого її використання.

Франчайзер отримує початковий (паушальний) внесок від франчайзі на самому початку разом із поточними виплатами, як правило, заснованими на відсотку від річного обігу або націнки на поставки. Франчайзер, своєю чергою, зобов'язаний підтримувати франчайзингові мережі, зокрема у підготовці, розробці продукту, рекламі, рекламній діяльності та управлінні спектром послуг тощо.

Питанням розвитку франчайзингу, підтримки франчайзерів та франчайзі в Україні приділяють увагу Українська асоціація роботодавців в галузі франчайзингу та Федерація розвитку франчайзингу, гостинності та інфраструктури.

Українська асоціація роботодавців у галузі франчайзингу (надалі – Асоціація) була створена у 2001 році. Метою її створення є представлення інтересів підприємців та їхніх операторів, які використовують франчайзингові угоди, надання їм практичної допомоги при організації і просуванні на ринку, встановлення зв'язків з іноземними та міжнародними асоціаціями, вивчення їх досвіду та впровадження її у власну діяльність.

- За даними Асоціації, в Україні зареєстровано:
- річний оціночний оборот у сумі – 8400 млн. грн. за 2012 рік;
  - кількість франчайзингових мереж – 145;
  - кількість підприємств – понад 2200;
  - кількість людей, зайнятих у сфері франчайзингу, – понад 53 тис. [4].

Консалтингова компанія ООО «ПРОФИТ систем» вивчає і досліджує ринок франчайзингу в Україні та за її межами. За матеріалами семінару (який проходив 26 лютого 2013 року в рамках виставки «Франчайзинг 2013» в Києві) Лілії Сидельник, директора ООО «ПРОФИТ систем», в Україні станом на 2013 рік працюють 400 франчайзерів і до 20 тис. франчайзі. (Для порівняння: у Польщі – 820 франчайзерів і 48 тис. франчайзі.)

Статистична інформація, яка має відображати дійсний стан ринку франчайзингу в Україні, відсутня, існуюча носить

## ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

відносний і приблизний характер. Це обумовлено тим, що при реєстрації підприємницької діяльності юридичні особи не завжди визнають її франчайзинговою. Існує й така практика, коли юридичною особою підприємницька діяльність визнана франчайзинговою, вона пройшла всі відповідні етапи реєстрації, розпочала свою діяльність і, наприклад, через погано підготовлену компанію по франчайзингу або небажання інвестування у власний розвиток або пасивної позиції франчайзера тощо – припиняє на деякий час свою роботу, а в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців цей факт не відображається.

Всеукраїнська громадська організація «Федерація розвитку франчайзингу, гостинності та інфраструктури» (надалі – Федерація) створена членами Комітету з питань франчайзингу при Європейській Бізнес Асоціації у 2009 році. Свій юридичний статус Асоціація здобула 26.03.2010. Основною метою Федерації є налагодження відносин співпраці міжнародного бізнесу з представниками влади в Україні, підприємцями та підприємствами України, створення сприятливих умов ведення бізнесу в галузі франчайзингу, залучення прямих іноземних інвестицій, надання допомоги членам Федерації у задоволенні та захисті їхніх законних прав та інтересів (соціальних, економічних, національно-культурних тощо).

Членами Федерації є: «Фірма «1С» (комп'ютерні програми ділового і домашнього призначення), IDS AQUA SERVICE (доставка води та відповідного обладнання), Samsonite (продаж валіз, дорожніх сумок), TRIARH (сфера управлінського консалтингу), QuickStart (маркетингова компанія), DLA PIPER (надання юридичних послуг по веденню бізнесу), «Наша Експедиція» (клуб сімейного дозвілля), «Захист рослин 2000» (дистрибуторська компанія з продажу засобів для захисту рослин і насіння), Glossary Organic Products (мережа мультибрендових бутиків органічної косметики та продуктів харчування), «Куда угодно» (туроператор) та інші.

Федерацією було розроблено Кодекс етики франчайзингу України, який відповідає положенням Європейського кодексу етики франчайзингу та носить принциповий характер взаємодії між франчайзером та франчайзі.

Наступним важливим кроком стала ініціація розробки Федерацією спільно з ООО QuickStart актуального проекту по аналізу ринку франчайзингу в Україні (розпочато у лютому 2012 року). Головною метою проекту є надання франчайзера та франчайзі реалістичної інформації про стан, тенденції та прогнози розвитку ринку франчайзингу в Україні [5].

Наприклад, формування Британської асоціації франчайзингу (BFA) в 1977 році ознаменувало собою значний крок вперед у промисловості та у власному професійному, етичному баченні надання інформаційних та консультативних послуг. Що в подальшому відіграло позитивну роль у формуванні іміджу BFA.

BFA акредитує франчайзерів на основі Кодексу ділової практики та Європейського кодексу етики франчайзингу

(the European Code of Ethics for Franchising). На сьогодні франчайзинг охоплює різноманітні види бізнесу та споживчого ринку. Зарекомендував себе як надійна та високо оцінювана бізнес-модель.

За даними NatWest / bfa Огляд Франчайзингу 2012 у Великобританії:

- річний оборот становив 13,4 тис. млн. фунтів стерлінгів;
- кількість франчайзерів – 929;
- кількість точок франчайзі – 40,1 тис.;
- кількість людей, зайнятих у сфері франчайзингу, – 594 тис. [6].

Варто зауважити, що у 1992 році галузь франчайзингу у Великобританії мала обіг трохи більший за 5 млрд. фунтів стерлінгів (↓37,3% у порівнянні з 2012 роком), було представлено 379 різноманітних брендів (↑40,8%) та 18 300 точок франчайзі (↓45,6% у порівнянні з 2012 роком).

«На даний час ринок франчайзингу показує стабільне зростання в будь-якій національній економіці. Ця модель розвитку бізнесу успішно використовується більш ніж у 80 країнах, в яких франчайзингові компанії створюють близько 15% валового національного продукту. Світові експерти у сфері франчайзингу прогнозують, що незабаром близько половини роздрібних продажів буде здійснюватися в рамках системи франчайзингу» [6].

Внутрішній ринок франчайзингу в Україні розвивається та набуває активної тенденції, стає все більш привабливим для спільного розвитку українських та міжнародних компаній. На сучасному етапі більш привабливими та прибутковими галузями економіки України, в яких успішно розвиваються та працюють франчайзингові компанії, є: роздрібна торгівля, громадське харчування, послуги для вітчизняного бізнесу тощо (див. табл.).

Сьогодні в Україні розвивається багато різноманітних закордонних франшиз. Їхня кількість могла б бути набагато більша, але через розбіжність нашого законодавства з європейськими стандартами, через складність реєстрації бізнесу в Україні іноземні франчайзери лише придивляються. На сьогодні динаміка розвитку франчайзингу в Україні має такий вигляд (див. рис.).

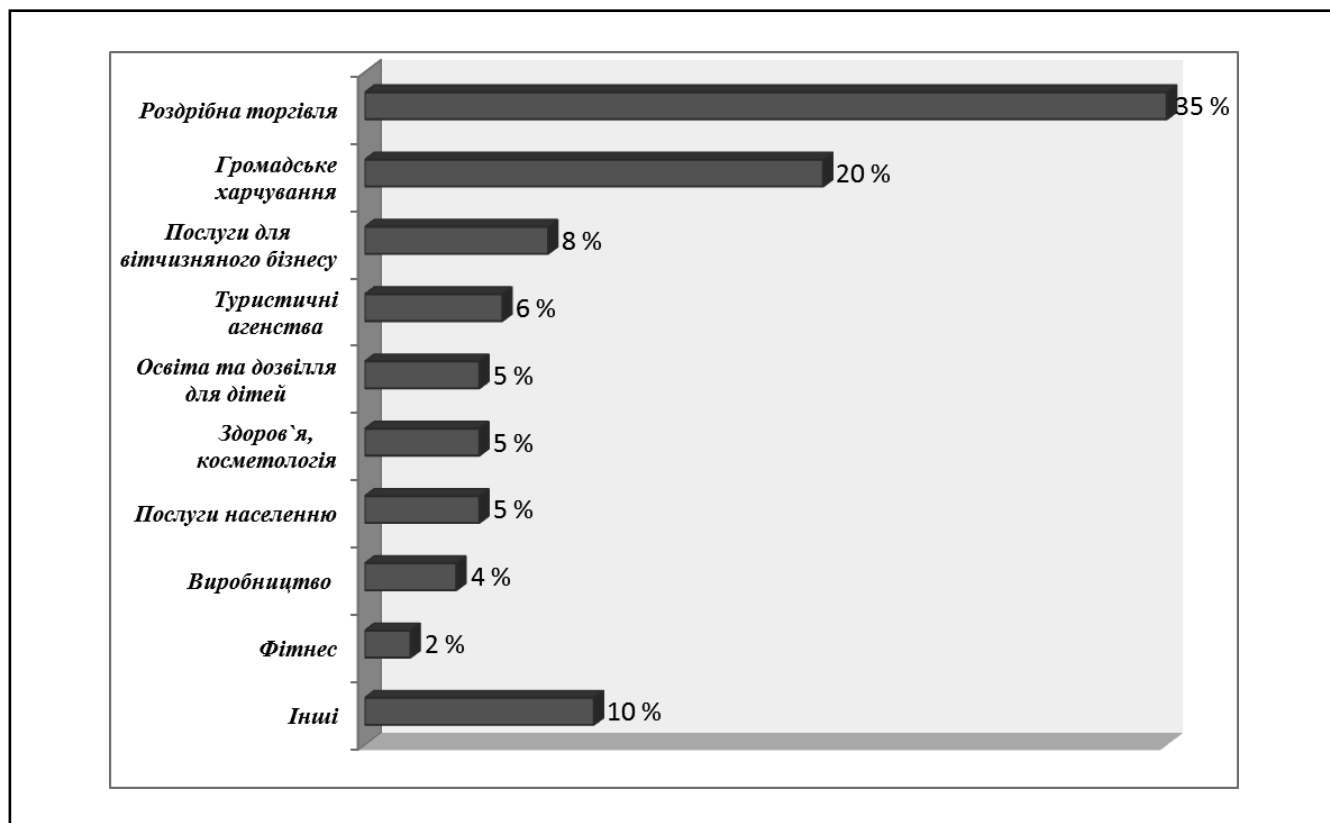
На думку фахівців Федерації, в Україні досить перспективними є 29 галузей економіки, в яких будуть розвиватися компанії за моделлю франчайзингу. Перспективність даних галузей обумовлена достатньо низьким рівнем конкуренції та їхньою прибутковістю: сільське господарство; операції з нерухомістю; реалізація товарів, які були у вжитку; дизайн і архітектура; дистрибуція; автомобільна індустрія; закупка; збереження; зв'язок; знайомства; реалізація електрообладнання; послуги доступу до Інтернету; ландшафтний дизайн; виробництво та реалізація слабоалкогольних та безалкогольних напоїв; обслуговування; облік та аудит; оренда/прокат; охорона здоров'я; послуги безпеки; послуги архівації та збереження інформації; туристичні послуги; ремонт та обслуговування; догляд за тваринами тощо [7].

## ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

### 10 галузей економіки України, в яких франчайзинг успішно розвивається

Галузь	Франчайзингові компанії
Роздрібна торгівля	Мережа магазинів предметів багажу та аксесуарів для подорожей Samsonite, магазин одягу TOP Secret, мережа магазинів натуральних продуктів «Еко-Лавка», мережа магазинів оригінальних подарунків, предметів інтер'єру, декору, сувенірів WOW-SHOP, магазини модного жіночого одягу Mango, міжнародна мережа продовольчих магазинів SPAR, магазини одягу та взуття для активного відпочинку Columbia, мережа мультибрендових бутиків органічної продукції зі всього світу Glossary тощо
Громадське харчування	Магазини гарячої випічки «Форнетті», мережа бекераїв, кафе-пекарень «Віденські булочки», «Львівська майстерня шоколаду», «Пицца Челентано», мережа кафе «Шоколадниця», мережа кафе «Кофе Хауз», мережа ресторанів швидкого харчування McFoxu, мережа ресторанів «Вареничная «Победа», мережа ресторанів швидкого обслуговування ChickenHut, стріт-фуд ТМ «Наминайко» тощо
Послуги для вітчизняного бізнесу	Системи автоматизації управління та обліку «Фірма «1С», маркетингова компанія QuickStart, партнер компанії «1С» в Україні InForce software, інтернет-послуги для вітчизняного бізнесу «Укрбізнес», мережа агентств з розвитку малого та середнього бізнесу, франчайзингу TRIARH тощо
Туристичні агентства	«ТрайдентХіт», Travel Professional Agency, «СОНАТА», «TUI Турагенція», TEZ tour, Join UP!, «Куда угодно» тощо
Освіта та дозвілля для дітей	Школа англійської мови для дітей та дорослих Mortimer English Club, мережа магазинів товарів для розвитку дітей «Маленький СОКРАТ», мережа навчальних центрів «Винахідник», навчальні центри англійської мови Helen Doron Early English, дитячий розважальний центр нового покоління «Леопарк», центр раннього розвитку дитини «Перша дитяча академія» тощо
Здоров'я, косметологія	Системи оздоровлення Nuga Best, професійне відбілювання зубів Express White, мережа медичних офісів INVITRO, салон краси Beauty Zone Ukraine, клініка реабілітації фізіотерапії «Медіо» тощо
Спорт (фітнес)	Фітнес-клуб для жінок FitCurves, клуб легкого фітнесу і корекції фігури для жінок Slimclub тощо
Послуги населенню	Доставка води IDS AQUA SERVICE, ломбард «Благо», хімістка «ДИСИЕС Україна», бюро перекладів ILS Translation Agency, ремонт невеликих пошкоджень салону і кузова автомобіля Chips Away
Виробництво	ОАО «Міронівський хлібопродукт», франчайзинговий проект компанії «Колос ЛТД»: ТМ «Віденські булочки», ТМ «Наша Ряба», ТМ «Гаврилівські курчата», підприємство з пошиття високоякісного одягу Voronin, «Львівська майстерня шоколаду», прогресивний бренд весільного та вечірнього вбрання Slanovskiy тощо
Інші	Нерухомість «Благовіст», креативна рекламна агенція повного циклу SAEMiK, мережа з продажу обладнання по виготовленню бананових десертів «Шокобан», послуги з організації дозвілля Stageman, оператор реклами в готелях Infocard, шинний центр Vianor, ювелірні компанії «Едельвейс», Riana, будівельно-ремонтні компанії

Джерело: складено автором на основі [4, 5, 7].



### Динаміка розвитку франчайзингу в Україні

Джерело: складено автором на основі [4, 5, 7].

**Висновки**

Незважаючи на всі труднощі та перепони, Україна крокує вперед і природно намагається вижити. Інструментом впливу на «підсвідомість пострадянського простору» та розширення меж для реалізації власного економічного потенціалу є франчайзинг. Але, незважаючи на широке використання у світовій практиці, така форма інтеграції бізнес-структур, як франчайзинг, для економіки України залишається порівняно новим явищем.

Концепція франчайзингу привернула увагу багатьох, в жорсткому економічному кліматі підкреслила свої сильні аспекти і довела, що існує більш безпечний спосіб започаткування власного бізнесу. Концепція франчайзингу полягає в локальному володінні і управлінні підприємством. Має перевірений формат бізнесу з початковою та постійно діючою підтримкою, яка є однією з ключових причин успіху. Дослідження, аналіз та подальша інтеграція концепції франчайзингу носить загальнодержавний характер і є актуальним з погляду інноваційного розвитку економіки України.

**Список використаних джерел**

1. Цират А.В. Руководство по составлению и заключению франчайзинговых договоров: право и практика: Учебно-практическое пособие. – К.: Истина, 2010. – 352 с.
2. Глоссарий международного франчайзинга // TOP-FRANCHISING/ УСПЕШНЫЙ БИЗНЕС. – 2012. – №01(001). – 64 с.
3. Keup, Peter E. and Keup, Erwin J. Franchise bible: how to buy a franchise or franchise your own business. – 7th ed. – US of America: Entrepreneur PRESS, 2012. – 368 p.
4. Офіційний сайт Української асоціації роботодавців в галузі франчайзингу. – Режим доступу: <http://franchising.ua/>
5. Офіційний сайт Всеукраїнської громадської організації «Федерація розвитку франчайзингу та інфраструктури». – Режим доступу: <http://www.fdf.org.ua/>
6. Офіційний сайт Британської асоціації франчайзингу. – Режим доступу: <http://www.thebfa.org/academia/key-franchising-facts/>
7. Идеи бизнеса / Франчайзинг. – Сентябрь–ноябрь 2012. – №7. – 64 с.

УДК 338.48(045)

Н.В. ОНИЦЦУК,

здобувач, Вінницький торговельно-економічний інститут Київського національного торговельно-економічного університету

## Співпраця туристичних підприємств на основі формування та класифікації туристичних центрів

*Досліджено роль туристичних центрів (ТЦ) у соціально-економічному розвитку регіонів, теоретично обґрунтовано вибір критеріїв їх класифікації на основі дослідження видів, їх елементного складу, ресурсів і ступеня освоєння. Запропоновано узагальнену систему чинників розвитку ТЦ та спеціалізації туристичних підприємств України.*

**Ключові слова:** туристичний регіон, туристичний центр, переваги від створення ТЦ, чинники розвитку ТЦ, класифікація ТЦ, співпраця туристичних підприємств.

*Исследована роль туристических центров (ТЦ) в социально-экономическом развитии регионов, теоретически доказан выбор критериев, их классификация, в основе которой лежат видовые исследования, детерминанты, ресурсы, степень освоённости. Предложена обобщённая система факторов развития ТЦ и специализации туристических предприятий Украины.*

**Ключевые слова:** туристический регион, туристический центр, преимущества от создания ТЦ, факторы развития ТЦ, классификация ТЦ, сотрудничество туристических предприятий.

*Investigated the role of the tourist centers (TC) in the socio-economic development of the regions theoretically proven selection criteria for their classification which is ba-*

*sed on the types of studies, the determinants of resources, the degree of development. The generalized system factors in the development and specialization of the shopping center of tourism enterprises in Ukraine.*

**Keywords:** tourism area, the tourist center, the benefits from the creation of the shopping center, the factors of the development of the shopping center, the classification of the shopping center, the cooperation of tourism enterprises.

**Постановка проблеми.** Актуальність дослідження і врахування в діяльності туристичних підприємств конкурентних переваг місцевих туристичних центрів (ТЦ) (а за їх відсутності – туристичного регіону (ТР) їх потенціального розміщення) посилюється парадоксальністю нинішньої ситуації, що склалася в Україні. З одного боку, очевидним і доведеним світовим досвідом фактом є доцільність спеціалізації туристичних підприємств (ТП) на перевагах, що вже склалися у ТР, де вони дислоковані: наявності та типах рекреаційних ресурсів, їх поєднаннях; рівні розвитку ринкової, виробничої, транспортної, інформаційної та інших видів інфраструктури, рівні розвитку супутніх видів діяльності тощо [2–12]. Однак з іншого – неврахування цієї вимоги протягом тривалого часу призвело в нашій країні до вкрай нерів-