

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ФОРМА ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

©2019 ЖИТАР М. О., ЛЕНКЕВИЧ О. В.

УДК 339.187.44
JEL: L25; M21

Житар М. О., Ленкевич О. В. Франчайзинг як форма ведення бізнесу в Україні

Метою статті є дослідження особливостей франчайзингу як форми ведення бізнесу в Україні. Наведено підходи наукової спільноти, франчайзингових об'єднань у різних країнах та українського законодавства до визначення франчайзингу. На основі аналізу різних підходів сформовано основні категорії визначень. Досліджено неоднозначність співвідношення визначень «франчайзингу» та «комерційної концесії», яке надається українським законодавством. На основі аналізу визначень виокремлено проблему термінологічної плутанини через відсутність відповідних галузевих нормативно-правових актів, які б наводили терміни, що призводить до незахищеності учасників франчайзингових відносин з боку українського законодавства. Визначено позитивні та негативні сторони франчайзингової моделі ведення бізнесу з боку франчайзера та франчайзі. Аналізуючи історичні етапи розвитку франчайзингу в Україні, розглянуто особливості появи перших франчайзингових точок у країні та пов'язані з цим сучасні тенденції розвитку франчайзингу. На основі проведеного аналізу зроблено висновки щодо особливостей розвитку франчайзингу в Україні, виокремлено ключові моменти розвитку цього ринку: спад кількості франчайзингових точок унаслідок кризових явищ у 2008 і 2014 рр.; якісні зміни на ринку у 2016–2017 рр. Виокремлено проблеми, що стримують розвиток франчайзингової форми ведення бізнесу в Україні та зазначено можливі шляхи їх вирішення. Зроблено акцент на необхідності розвитку відповідної інфраструктури для інформаційної підтримки розвитку франчайзингу, розробки програм підтримки державою розвитку малого бізнесу за схемою франчайзингу, спрощення отримання кредитних коштів для малого бізнесу.

Ключові слова: бізнес, франчайзинг, франчайзер, франчайзі, комерційна концесія.

DOI:

Рис.: 2. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 10.

Житар Максим Олегович – кандидат економічних наук, заступник директора Навчально-наукового інституту фінансів, банківської справи, доцент кафедри фінансів Університету державної фіскальної служби України (вул. Університетська, 31, корп. В, Ірпінь, 08201, Україна)

E-mail: zhytarmaksym@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3614-0788>

Ленкевич Олена Валентинівна – студентка, Національний університет державної фіскальної служби України (вул. Університетська, 31, Ірпінь, 08201, Україна)

E-mail: Alena.lenkevich@gmail.com

УДК 339.187.44

JEL: L25; M21

Житарь М. О., Ленкевич Е. В. Франчайзинг как форма ведения бизнеса в Украине

Целью статьи является исследование особенностей франчайзинга как формы ведения бизнеса в Украине. Приведены подходы научного сообщества, франчайзинговых объединений в различных странах и украинского законодательства к определению франчайзинга. На основе анализа различных подходов сформированы основные категории определений. Исследована неоднозначность соотношения определений «франчайзинга» и «коммерческой концессии», которое предоставляется украинским законодательством. На основе анализа определений выделена проблема терминологической путаницы из-за отсутствия соответствующих отраслевых нормативно-правовых актов, которые бы предоставляли термины, что ведет к незащищенности участников франчайзинговых отношений со стороны украинского законодательства. Определены положительные и отрицательные стороны франчайзинговой модели ведения бизнеса со стороны франчайзера и франчайзи. Анализируя исторические этапы развития франчайзинга в Украине, рассмотрены особенности появления первых франчайзинговых точек в стране и связанные с этим современные тенденции развития франчайзинга. На основе проведенного анализа сделаны выводы об особенностях развития франчайзинга в Украине, выделены ключевые моменты развития этого рынка: спад количества франчайзинговых точек в результате кризисных явлений в 2008 и 2014 гг.; качественные изменения на рынке в 2016–2017 гг. Выделены проблемы, сдерживающие развитие франчайзинговой формы ведения бизнеса в Украине, и предложены возможные пути их решения. Сделан акцент на необходимости: развития соответствующей инфраструктуры для информационной поддержки развития франчайзинга; разработки программ поддержки государством развития малого бизнеса по схеме франчайзинга; упрощения получения кредитных средств для малого бизнеса.

Ключевые слова: бизнес, франчайзинг, франчайзер, франчайзи, коммерческая концессия.

Рис.: 2. **Табл.:** 1. **Библ.:** 10.

UDC 339.187.44

JEL: L25; M21

Zhytar M. O., Lenkevych O. V. Franchising as a Form of Doing Business in Ukraine

The article is aimed at researching the features of franchising as a form of doing business in Ukraine. The approaches of the scientific community, franchising associations in different countries and the legislation of Ukraine to the definition of franchising are provided. Based on the analysis of different approaches, the main categories of definitions are formed. The ambiguity of the ratio of definitions of «franchising» and «commercial concession» provided by Ukrainian law is examined. Based on the analysis of definitions, the problem of terminological confusion is allocated, resulting from the lack of relevant industry regulations that would provide terms, which leads to insecurity of franchise participants on the part of Ukrainian law. The positive and negative aspects of the franchise model of business conduct are defined for both the franchisor and the franchisees. Analyzing the historical stages of franchising development in Ukraine, the authors consider the peculiarities of appearance of the first franchising points in the country and the associated current tendencies in franchising development. Based on the carried out analysis, conclusions have been drawn about the peculiarities of franchising development in Ukraine, the key points of the development of the associated market are allocated: decline in the number of franchising points as a result of the crises in 2008 and 2014; qualitative changes in the market during 2016-2017. The problems holding back the development of the franchising form of doing business in Ukraine are allocated, and possible ways to solve them are proposed. The emphasis is placed on the following needs: development of the appropriate infrastructure for information support for franchising development; development of the State programs to support for small business development under the franchising scheme; simplification of obtaining credit means for small businesses.

Keywords: business, franchising, franchisor, franchisee, commercial concession.

Житарь Максим Олегович – кандидат економічних наук, заступитель директора Учебно-научного института финансов, банковского дела, доцент кафедры финансов Университета государственной фискальной службы Украины (ул. Университетская, 31, корп. В, Ирпень, 08201, Украина)

E-mail: zhytarmaksym@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3614-0788>

Ленкевич Елена Валентиновна – студентка, Национальный университет государственной фискальной службы Украины (ул. Университетская, 31, Ирпень, 08201, Украина)

E-mail: Alena.lenkevich@gmail.com

Fig.: 2. Tabl.: 1. Bibl.: 10.

Zhytar Maksym O. – PhD (Economics), Deputy Director of the Educational and Research Institute of Finance, Banking, Associate Professor of the Department of Finance named after L. L. Tarangul, University of State Fiscal Service of Ukraine (Bldg B, 31 Universytetska Str., Irpin, 08201, Ukraine)

E-mail: zhytarmaksym@gmail.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3614-0788>

Lenkevych Olena V. – Student, National University of the State Fiscal Service of Ukraine (31 Universytetska Str., Irpin, 08201, Ukraine)

E-mail: Alena.lenkevich@gmail.com

Бізнес є важливою складовою розвитку та функціонування економіки держави, однак з кожним роком конкуренція на ринку зростає, що створює значні перепони та ризики для виходу на ринок нових підприємств і розвитку вже працюючих. Франчайзинг як форма ведення бізнесу є альтернативою для власників великого бізнесу, які шукають варіанти розвитку, та мінімізації ризиків для бізнесменів-початківців. Саме тому дослідження франчайзингу як способу ведення бізнесу є досить актуальним.

Дослідженням теоретичних засад франчайзингу займалися вітчизняні: Г. Андрощук, М. Бедринець, З. Варналій, І. Дахно, В. Денисюк, О. Кузьмін, В. Мавриду, Ю. Паніна та іноземні науковці: Д. Балді, В. Горфінкель, Ж. Дельтей, Ф. Котлер, М. Мендельсон, Я. Мюррей, Д. Пратт, В. Швандер та ін. Однак більшість досліджень проводилися на міжнародному рівні, а вітчизняний франчайзинг має власні особливості, які пов'язані з історичними та правовими аспектами його розвитку.

Метою статті є дослідження особливостей франчайзингу як форми ведення бізнесу в Україні.

Малий бізнес є рушієм розвитку економіки, і саме він зазвичай виступає як франчайзі, оскільки саме франчайзинг забезпечує більший відсоток виживання малого бізнесу, ніж традиційна модель. Згідно з дослідженням, проведеним в Луїсвільському Університеті в 1991–1993 рр., застосування франчайзингу в економіці допомогло уникнути економічної кризи в США [6]. Саме тому франчайзингова модель ведення бізнесу є досить важливою для держави та підприємців.

Поняття «франчайзинг» вперше зустрічається в період Середньовіччя, але на той час було закладено лише основу для сучасної форми франчайзингу. За цей період франчайзинг пройшов шлях від «дозволу на здійснення певної діяльності» до франчайзингу бізнес-формату, який передбачає передачу готової моделі ведення бізнесу за певну плату для тимчасового використання в комерційних цілях.

В Україну франчайзинг прийшов з-за кордону, коли іноземні франчайзери почали пошук франчайзі на міжнародному рівні, що, своєю чергою, має беззаперечний вплив на особливості розвитку франчайзингу в Україні. Отже, першою точкою франчайзингу

в Україні стала іноземна франшиза, і лише через декілька років з'явилася перша вітчизняна мережа.

Можна виокремити такі ключові події розвитку вітчизняного франчайзингу:

- 1) 1993 р. – в Україні відкрилася точка міжнародної інформаційної системи «Компас»;
- 2) 1999 р. – відкрилася перша вітчизняна франчайзингова мережа Pizza Celentano;
- 3) 2001 р. – засновано Українську асоціацію франчайзингу, почався розвиток внутрішньогалузевого регулювання та створення нормативів і вимог для учасників таких об'єднань [5].

Узв'язку з різним значенням та ознаками франчайзингу на різних етапах його розвитку виникають неоднозначності у трактуванні цього поняття. Деякі науковці розглядають франчайзинг у вузькому значенні ліцензійної угоди або угоди, що має схожі з ліцензійною угодою ознаки. Так, Г. Андрощук і В. Денисюк трактують франчайзинг як угоду, «при якій виробник або одноосібний розповсюджувач продукції чи послуг, які захищені товарним знаком, дає ексклюзивні права на розповсюдження на певній території своєї продукції або послуг» [1]. Британська асоціація франчайзингу наводить таке визначення: «контрольна ліцензія видана однією особою іншій» [5].

Дехто розглядає поняття франчайзингу в більш широкому значенні, але як одну зі складових процесу виробництва або реалізації товару/послуги. Так, З. Варналій у своєму підручнику наводить таке визначення франчайзингу: «спосіб доставки продукції та послуг споживачеві», але у продовженні визначення зазначено: «форма організації і здійснення підприємницької діяльності на основі кооперації матеріальних і фінансових ресурсів і зусиль різних підприємств» [3]. Європейська франчайзингова федерація розглядає франчайзинг як «систему збуту товарів і/чи послуг і/чи технологій», Німецька асоціація – «систему збуту на основі партнерства» [5].

Багато хто схиляється до визначення франчайзингу як форми взаємодії (співробітництва, відносин) між декількома суб'єктами підприємницької діяльності. Міжнародна асоціація франчайзингу наводить таке визначення: «тривалі відносини, при яких франчайзер передає виключні права, основані

на ліцензійному погодженні займатись підприємницькою діяльністю, плюс допомогу в навчанні, маркетингу, управлінні в обмін на фінансову компенсацію від франчайзі» [5].

У найбільш широкому значенні можна розглядати франчайзинг як форму організації/ведення бізнесу, як наводиться у підручнику М. Бедринець та А. Сурженко: «Франчайзинг – це така організація бізнесу, у якій підприємство (франчайзер) передає незалежній людині або підприємству (франчайзі) право на продаж продукту або послуг цього підприємства» [2].

Таким чином, доцільно згрупувати різні напрямки визначення франчайзингу за ступенем участі франчайзингу в організації бізнесу:

- ✦ угода, характеристики якої схожі на ліцензійну;
- ✦ спосіб доставки, розповсюдження, просування продукції;
- ✦ взаємодія між декількома підприємствами;
- ✦ форма організації бізнесу.

Однак, незалежно від того, в якому значенні розглядати франчайзинг (складова бізнесу або в цілому форма організації бізнесу), беззаперечним є той факт, що використання франчайзингу має вплив на підприємство загалом. Саме тому доцільно розглядати франчайзинг як форму організації бізнесу, для якої характерною є передача одним підприємством іншому власних розробок (торгова марка, бізнес-модель) на певний термін на основі угоди за визначену плату.

Ще однією особливістю розвитку франчайзингу на вітчизняному ринку є те, що, незважаючи на достатньо довгий період розвитку франчайзингу в Україні, рівень правового регулювання цієї галузі є до цих пір досить низьким. Так, в українському законодавстві відсутнє поняття франчайзингу, можна знайти лише поняття «комерційної концесії», що має схожі ознаки з франчайзингом і є ускладненою формою ліцензійної угоди. Господарський кодекс України надає таке визначення: «за договором комерційної концесії одна сторона (правоволоділець) зобов'язується надати другій стороні (користувачеві) на строк або без визначення строку право використання в підприємницькій діяльності користувача комплексу прав, належних правоволоділецьві, а користувач зобов'язується дотримуватися умов використання наданих йому прав та сплатити правоволоділецьві обумовлену договором винагороду» [4].

Звідси можуть виникнути проблеми правового регулювання франчайзингових угод, що укладаються між вітчизняними та іноземними інвесторами. Саме тому виникає необхідність порівняння цих двох понять. Українське законодавство ототожнює поняття «комерційної концесії» та «франчайзингу», що підтверджується Листом Державного комітету з питань регуляторної політики та підприємництва від 11.02.2004 р. № 761: «Що стосується договору франчайзингу та обсягу правовідносин, які врегульовані

цим договором, зауважимо, що Цивільним кодексом України, що набрав чинності 01.01.2004 р., це коло правовідносин отримало назву комерційна концесія, а договір – договір комерційної концесії» [10]. Однак серед науковців думки розходяться, що у своїй роботі відмічає Ю. Паніна: «І. Рикова, Я. Сидоров та ряд інших дослідників вважають, що комерційна концесія є вужчим поняттям, ніж франчайзинг, і може відобразити його лише частково, а З. Опейда, А. Афян, О. Новосельцев – що ці поняття є тотожними» [8]. Таким чином, з боку науковців немає єдиного підходу щодо співвідношення цих двох понять, але на законодавчому рівні закріплено їх ототожнення та використання таких термінів для позначення основних понять: комерційна концесія, правоволоділець, користувач, комплекс прав.

Щодо видів франчайзингу можна відмітити значну кількість його класифікаційних ознак, але як основний можна виокремити поділ залежно від технології, що передається франчайзером:

1) *торговельний*: франчайзі надається право продажу продукції, що виробляє франчайзер;

2) *виробничий*: франчайзер передає власну технологію виробництва;

3) *сервісний*: франчайзі передається технологія надання певної послуги;

4) *змішаний*: є найбільш застосовуваним, оскільки передбачає комбінацію елементів трьох основних видів франчайзингу.

Якщо аналізувати позитивні та негативні сторони франчайзингу, перш за все необхідно відмітити його позитивний вплив на економіку держави, оскільки він сприяє зростанню економіки загалом і за рахунок збільшення кількості суб'єктів підприємницької діяльності та виходу на ринок міжнародних франчайзерів зокрема. У першому випадку країна отримує збільшення ВВП, кількості робочих місць та податкових надходжень. У другому випадку – разом з іноземними франчайзерами в країну можуть надходити іноземні інвестиції, технології, досвід організації та ведення бізнесу. Розвиток міжнародного франчайзингу приводить до більш швидкої інтеграції країни в міжнародну спільноту.

Основною перевагою для франчайзера (табл. 1) є можливість швидко та без значних фінансових і організаційних витрат забезпечити розвиток свого бізнесу. Крім того, зникають територіальні перепони у вигляді державних і правових кордонів, особливостей ведення бізнесу на іншій території. Власник бізнесу, який виходить на територіально віддалений ринок, повинен витратити час і гроші на розбудову необхідної для функціонування підприємства інфраструктури, адаптувати бізнес під особливості нового ринку, боротися з правовими перепонами, у випадку якщо це закордонний ринок. За допомогою франшизи він може перекласти вирішення цих труднощів на

Переваги та недоліки франчайзингової форми ведення бізнесу

	Франчайзер	Франчайзі
Переваги	<ul style="list-style-type: none"> – Економія фінансів та часу для розвитку бізнесу; – більше територіальне охоплення та швидкий розвиток; – фінансові ризики частково перекладені на франчайзі; – можливість виходу на іноземні ринки 	<ul style="list-style-type: none"> – Відомий бренд; – готова і перевірена на практиці бізнес-модель; – перевірена технологія виробництва/реалізації та/або надання послуг; – інформаційно-консультаційна підтримка від франчайзера з досвідом роботи в даній галузі; – рекламна підтримка
Недоліки	<ul style="list-style-type: none"> – Необхідність постійного контролю дій франчайзі; – ризики щодо зіпсованої репутації діями франчайзі; – ненадійність франчайзі, що може призвести до фінансових махінацій; – франчайзі може вийти з мережі та стати конкурентом 	<ul style="list-style-type: none"> – Перший внесок робиться при покупці франшизи і може не окупитися; – контроль у прийнятті управлінських рішень, а також обмеження, вимоги та заборони, накладені франчайзером, обмежують діяльність; – високий рівень залежності від франчайзера; – в українському законодавстві відсутня вимога щодо обов'язкового розкриття фінансової інформації франчайзером потенційному франчайзі, що може призвести до неправильної оцінки ефективності придбання франшизи; – успіх франчайзі знаходиться в прямій залежності від успіху всієї мережі

Джерело: авторська розробка.

франчайзі, який знайомий з особливостями нового ринку, не має правових і територіальних бар'єрів, і тому затрати часу та коштів будуть значно меншими.

Для франчайзі, який невпевнений в успіху власної справи, франшиза – це можливість зменшити витрати часу та коштів на розробку власного бренду, відразу почати роботу, користуючись авторитетом і технологіями відомого бренду.

Але з обох сторін виникає і ряд недоліків. Перше, це низький рівень правової захищеності з боку держави, що пов'язано зі слабким рівнем розвитку законодавчої складової в галузі франчайзингу та захисту авторських прав. З боку самих франчайзера та франчайзі ризики можуть проявлятися в їх взаємозалежності та в порушенні норм права та етики ведення бізнесу. Франчайзер у таких відносинах ризикує репутацією власного бренду, яка може постраждати від дій франчайзі. Для мінімізації такого ризику він обмежує дії франчайзі, внаслідок чого той опиняється у значній залежності від франчайзера та отримує ряд обмежень у прийнятті рішень. Так, відомі випадки, коли для відстоювання власних інтересів і відмови від прийняття економічно невігідного рішення, нав'язаного франчайзером, франчайзі став ініціатором судових процесів, які призвели до банкрутства франчайзера [7].

Ще одним ризиком, що має двосторонній характер, є ненадійність учасників угоди. За кордоном франчайзі має можливість перед придбанням франшизи отримати інформацію щодо фінансового стану франчайзера та/або успішності його діяльності. Наприклад, у США на законодавчому рівні закрі-

плено обов'язок франчайзера розкрити фінансову інформацію потенційному франчайзі [7]. В Україні така правова норма відсутня, що не дає можливості об'єктивно оцінити успішність придбання франшизи. У результаті ненадійності франчайзі франчайзер може недоотримати прибуток від фінансових махінацій і заниження прибутків. Крім того, франчайзер передає франчайзі власні розробки, які можуть бути використані для передачі конкурентам франчайзера або створення власної конкурентної компанії.

Як видно з рис. 1, в Україні динаміка ринку франчайзингу за останні 18 років загалом є позитивною, але можна спостерігати і спади кількості франчайзерів. Найбільший спад відбувся у 2009 р. і був пов'язаний з економічною кризою 2008 р., яка вплинула на економіку в цілому, а для ринку франчайзингу він проявився у зменшенні кількості франчайзерів на 35%. Найменший спад, який склав 1%, був у 2014 р. і пов'язаний з подіями на сході та півдні України. І третій спад був протягом 2016–2017 рр. і, на думку експертів консалтингової компанії Franchise Group, пов'язаний з якісними змінами структури ринку та виходу з нього «фейкових» франшиз [9]. Тобто, протягом останніх років ринок продовжує зростати, що свідчить про підвищення популярності франчайзингового бізнесу в Україні. Якщо аналізувати фактори, що призвели до зменшення, то у двох випадках це були зовнішні фактори, що не мають прямого відношення до галузі франчайзингу. Щодо третього випадку, то такі зміни на ринку можуть свідчити про розвиток ринку франчайзингу не лише в кількісному, але й у якісному вимірі.

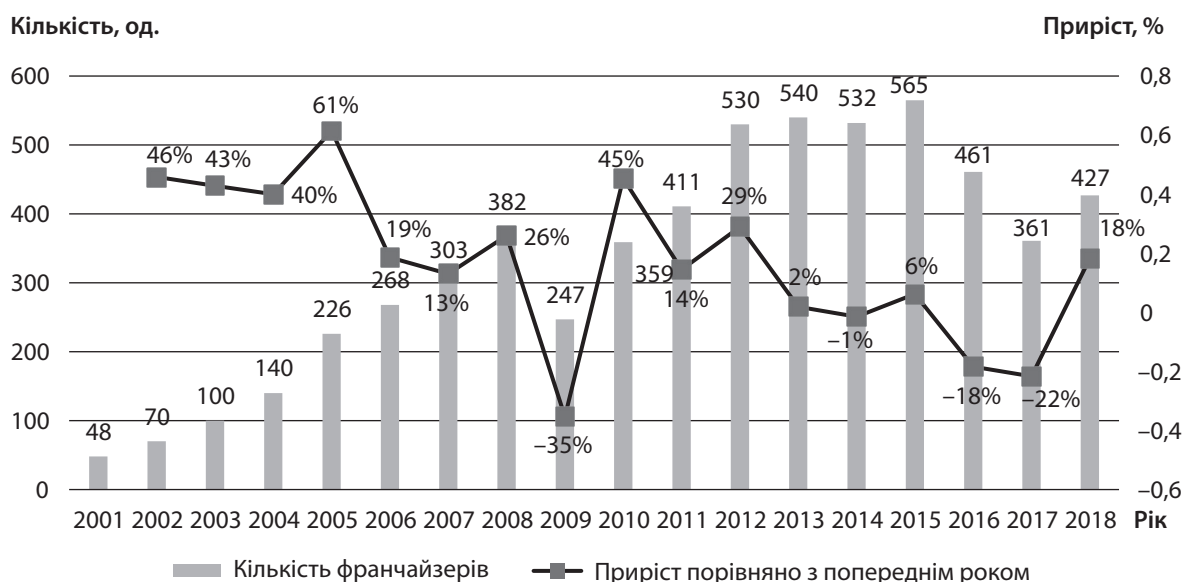


Рис. 1. Динаміка ринку франчайзингу в Україні 2008–2018 рр. [9]

Таким чином, до названих вище ключових подій розвитку франчайзингу можна додати ще три ключові моменти:

- ✦ зменшення кількості франчайзерів на 35% внаслідок економічної кризи 2008 р.;
- ✦ від'єднання частки ринку, яка знаходилася на території Криму та окупованої частини Донецької та Луганської областей у 2014 р.;
- ✦ якісні зміни структури ринку франчайзингу, які відбувалися протягом 2016–2017 рр.

Але, незважаючи на поступове зростання ринку франчайзингу, як видно з рис. 2, частка бізнесу, що розвивається за схемою франчайзингу в Україні (23%), є значно меншою, ніж у США та Європі (80 і 64%, відповідно). Саме тому доцільно виокремити проблеми, що стримують його розвиток.

До таких проблем ми можемо віднести:

- ✦ відсутність окремого нормативно-правового акта в галузі франчайзингу: проект Закону про франчайзинг був зареєстрований 21.12.2017 р., однак на сьогоднішній день знаходиться на стадії розгляду, тобто поки що в Україні немає діючого правового документа, який би регламентував відносини франчайзингу, визначав права та обов'язки сторін. Як результат, тер-

мінологічна плутанина та невідповідність вітчизняних визначень міжнародним, що, своєю чергою, призводить до незахищеності вітчизняних підприємців при франчайзингових відносинах з іноземцями;

- ✦ слаборозвинений інститут авторського права: франчайзинг безпосередньо пов'язаний з передачею авторського права, але в Україні дотепер ця галузь є недостатньо розвинутою, що не дозволяє повною мірою забезпечити захист учасників франчайзингової діяльності;
- ✦ низький рівень довіри до вітчизняних підприємців через схильність до порушень;
- ✦ низький рівень освіти населення у сфері франчайзингу;
- ✦ складнощі в отриманні кредитів для розвитку бізнесу та високі відсоткові ставки за такими кредитами: за кордоном у банках створюються спеціальні підрозділи, які займаються кредитуванням франчайзингової діяльності. В Україні відсоткові ставки за кредитами є вищими від середнього показника рентабельності в країні, що робить залучення такого джерела фінансування не вигідним;

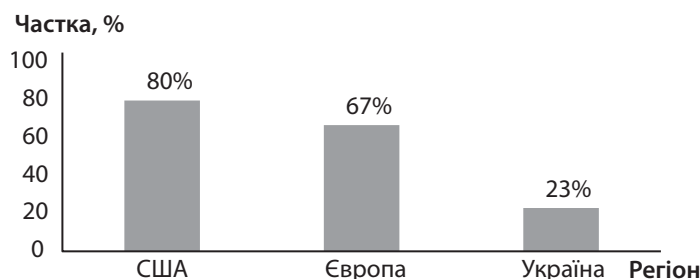


Рис. 2. Частка бізнесу, що розвивається за схемою франчайзингу у різних країнах [9]

- ✦ відсутність підтримки з боку держави: в Україні існують програми фінансово-інформаційної підтримки малого бізнесу, що включають надання фінансової допомоги та проведення освітніх заходів серед підприємців, але більшість з них спрямована на підтримку аграрного сектора;
- ✦ низький рівень розвитку інфраструктури ринку франчайзингу: відсутність консультаційно-інформаційних центрів, тобто відсутні джерела інформації щодо франчайзингу; відсутні спеціальні інститути, які б здійснювали контроль за веденням франчайзингової діяльності в Україні та попередження і протидію порушенням у цій галузі.

На основі визначених проблем можна запропонувати такі напрямки їх вирішення:

1) Розробка та вдосконалення правової бази: затвердження основного законодавчого акта та надання законодавчих визначень у сфері франчайзингу, вдосконалення інституту авторського права.

2) Розробка програм державної підтримки франчайзингової діяльності: проведення інформаційних заходів для підвищення обізнаності населення у сфері франчайзингу; надання державної фінансової допомоги та пільгових кредитних умов для малого бізнесу, що планує використовувати або використує франчайзингову форму ведення бізнесу.

3) Розвиток інфраструктури вітчизняного ринку франчайзингу: створення інформаційних центрів, які б надавали інформаційно-консультаційні та освітні послуги у сфері франчайзингу.

ВИСНОВКИ

Франчайзинг за період існування на території України пережив такі ключові події: 1) 1993 р. – перша франчайзингова точка на території України; 2) 1999 р. – створення першої вітчизняної франчайзингової мережі; 3) 2001 р. – створення Асоціації франчайзингу України; 4) економічна криза 2008 р.; 5) відокремлення частини ринку у 2014 р.; 6) спад кількості франчайзерів у 2017–2018 рр.

Надалі ринок продовжує розвиватися не лише в кількісному, а й у якісному значеннях і в цілому демонструє тенденцію до зростання кількості франчайзерів. Але є і ряд проблем, які стримують його розвиток: відсутність окремого нормативно-правового документа, який би надавав пояснення основних термінів і регламентував права та обов'язки учасників франчайзингових відносин; низький рівень розвитку необхідних інфраструктурних об'єктів, а також відсутність підтримки з боку держави. Саме тому необхідна розробка відповідної нормативно-правової бази та втручання держави в розвиток франчайзингу у вигляді створення відповідної інфраструктури та програм підтримки малого бізнесу, який розвиваються або планує розвиватися за системою франчайзингу. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Андрощук Г. А., Денисюк В. А. Франчайзинг: определения, преимущества, перспективы. *Бизнес Информ.* 1997. № 9. С. 10–15.
2. Бедринець М. Д., Сурженко А. В. Фінансовий менеджмент у малому бізнесі : навч. посіб. Київ : Центр навчальної літератури, 2016. 352 с.
3. Варналій З. С. Основи підприємництва. Київ : Знання-Прес, 2002. 239 с.
4. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-IV (зі змінами та доповненнями). URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
5. Зовнішньоекономічний менеджмент : навч. посіб. / Дахно І. І., Бабіч Г. В., Барановська В. М. та ін. Київ : Центр навчальної літератури, 2012. 568 с.
6. Лазоренко Т., Фролова А. Розвиток франчайзингу у світі та в Україні. *Соціально-економічні проблеми і держава.* 2017. Вип. 2. С. 199–207. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17ltvtvu.pdf>
7. Намака К. Ризики сторін у договорі франчайзингу та правові способи їх мінімізації. *Підприємництво, господарство і право.* 2018. № 12. С. 119–124.
8. Паніна Ю. С. Правове регулювання договору франчайзингу в Європейському Союзі та Україні : дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.03. Ужгород, 2017. 262 с.
9. Про франчайзинг // Консалтингова компанія Franchise Group. 2019. URL: <https://franchisegroup.com.ua/about-company/franchising/>
10. Щодо договору комерційної концесії : лист Державного комітету з питань регуляторної політики та підприємництва від 11.02.2004 р. № 761. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0761563-04>

REFERENCES

- Androshchuk, G. A., and Denisyuk, V. A. "Franchayzing: opredeleniya, preimushchestva, perspektivy" [Franchising: definitions, advantages, prospects]. *Biznes Inform*, no. 9 (1997): 10-15.
- Bedrynets, M. D., and Surzhenko, A. V. *Finansovyi menedzhment u malomu biznesi* [Financial management in small business]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury, 2016.
- Dakhno, I. I. et al. *Zovnishnyoeconomichnyi menedzhment* [Foreign economic management]. Kyiv: Tsentr navchalnoi literatury, 2012.
- [Legal Act of Ukraine] (2003). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
- [Legal Act of Ukraine] (2004). <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0761563-04>
- Lazorenko, T., and Frolova, A. "Rozvytok franchayzyny u sviti ta v Ukraini" [Development of franchising in the world and in Ukraine]. *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava.* 2017. <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2017/17ltvtvu.pdf>
- Namaka, K. "Ryzyky storin u dohovori franchayzyny ta pravovi sposoby yikh minimizatsii" [Risks of the parties to the franchise agreement and legal ways to minimize them]. *Pidpriemnytstvo, hospodarstvo i pravo*, no. 12 (2018): 119-124.
- "Pro franchayzynyh" [About franchising]. *Konsaltnyhova kompaniia Franchise Group.* 2019. <https://franchisegroup.com.ua/about-company/franchising/>
- Panina, Yu. S. "Pravove rehuliuвання dohovoru franchayzynyh v Yevropeiskomu Soiuzi ta Ukraini" [Legal regulation of the franchise agreement in the European Union and Ukraine]: *dys. ... kand. yuryd. nauk : 12.00.03,* 2017.
- Varnalii, Z. S. *Osnovy pidpriemnytstva* [Fundamentals of entrepreneurship]. Kyiv: Znannia-Pris, 2002.