

ОСОБЛИВОСТІ ДЕВЕЛОПЕРСЬКИХ ПОСЛУГ  
НА РИНКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ УКРАЇНИFEATURES OF DEVELOPMENT SERVICES  
ON THE FRANCHISING MARKET OF UKRAINE

У статті досліджено особливості, склад та специфіку девелоперських послуг на ринку франчайзингу України, надано визначення дефініції «девелопери франшиз» та розкрито склад і структуру послуг, котрі надають спеціалізовані девелопери, розкрито переваги співпраці з цими компаніями для франчайзерів та франчайзі. Доведено необхідність існування професійних девелоперів франшиз та визначено вигоду гравців ринку франчайзингу від виникнення та розвитку консалтингових компаній, що надають послуги у сфері франчайзингу. На основі досвіду діяльності компанії ТОВ «Франч» розкрито основні маркетингові інструменти продажу франшиз та наведено результати співпраці деяких франчайзерів зі спеціалізованими девелоперами франшиз. Результатом аналізу, здійсненого в статті, стало аналітичне дослідження структури франчайзингового ринку України та порівняння здійснення традиційної підприємницької діяльності і бізнесу за типом «франчайзинг» в Україні, США, Європі та країнах СНГ.

**Ключові слова:** девелопери, консалтингова компанія, франчайзинг, франчайзі, франчайзер, конкурентне опочення, конкурентні переваги, ефективність.

В статті изучены особенности, состав и специфика девелоперских услуг на рынке

франчайзинга Украины, дано определение понятия «девелоперы франшиз» и раскрыты состав и структура услуг, которые предоставляют специализированные девелоперы, раскрыты преимущества сотрудничества с данными компаниями для франчайзеров и франчайзи. Доказана необходимость существования профессиональных девелоперов франшиз и определена выгода игроков рынка франчайзинга от возникновения и развития консалтинговых компаний, предоставляющих услуги в сфере франчайзинга. На основе опыта деятельности компании ООО «Франч» раскрыты основные маркетинговые инструменты продажи франшиз и приведены результаты сотрудничества некоторых франчайзеров со специализированными девелоперами франшиз. Результатом анализа, проведенного в статье, стало аналитическое исследование структуры франчайзингового рынка Украины и сравнение осуществления традиционной предпринимательской деятельности и бизнеса по типу «франчайзинг» в Украине, США, Европе и странах СНГ.

**Ключевые слова:** девелоперы, консалтинговая компания, франчайзинг, франчайзи, франчайзер, конкурентная среда, конкурентные преимущества, эффективность.

УДК 331.10

**Микитюк О.П.**к.е.н., доцент  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка**Бенівська К.М.**студентка  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка

*The article explored the features, composition and specificity of development services in the franchising market of Ukraine. The definition of the concept of "franchise developers" is given and the list of consulting services provided by specialized developers disclosed. The list of developers of franchises in Ukraine. The advantages of cooperation with these companies for franchisors and franchisees disclosed. The necessity of the existence of professional franchise developers been proved and the benefit of franchising market players from the emergence and development of consulting companies providing services in the field of franchising has been determined. The basic marketing tools for the sale of franchises disclosed and the results of cooperation of some franchisors with specialized franchise developers presented. The article identifies the main disadvantages of a large number of individual entrepreneurs and consulting companies for whom franchising services are not the main activity. As a result, such franchisee market players provide low quality services, which leads to the need to control the operation of such companies and solve this problem. In addition, the article describes the structure of the franchise market in Ukraine and compares the shares of traditional business and franchising businesses in Ukraine, the USA, Europe and the CIS countries. The article contains a schedule of the functioning of companies established in the traditional way and according to the franchising system after 10 years of work. The article also contains a diagram describing the structure of the Ukrainian franchise market by segment of the economy. The authors of the article found that the existence of franchisee developers guarantees a number of advantages to other franchisees. The main theoretical positions and research results can be used by leading franchise developers in Ukraine to argue the benefits of customers from appeals to well-known and professional developers; when developing the relevant normative documents in the field of regulation of franchising relations and scientific and methodical manuals; when considering the market of consulting services of Ukraine and the market of franchising in the educational process.*

**Key words:** developers, consulting company, franchising, franchisee, franchisor, competitive environment, competitive advantages, efficiency.

**Постановка проблеми.** В сучасних умовах глобального економічного розвитку консалтингові послуги формують самостійну галузь. Закономірними є виникнення та активний розвиток все більшої кількості різноманітних спеціалізованих організацій, котрі надають послуги компаніям у сфері фінансів, управління персоналом, маркетингу, юриспруденції тощо.

Водночас усе більшою популярністю користується комплексне вирішення потреб замовника компанією-виконавцем. Більше того, зазвичай компанії, котрі звертаються до спеціалізованих організацій із запитом на одержання консалтингових послуг, не володіють достатніми компетен-

ціями для вирішення проблеми власними силами. Зокрема, подібна ситуація спостерігається у сфері франчайзингу: більшість франшиз (понад 85%) на ринку розроблена спеціалізованими девелоперськими компаніями.

У зв'язку з цим виникає потреба в дослідженні особливостей діяльності девелоперів франшиз, специфіки та переліку послуг, котрі вони надають, а також порівняння ефективності роботи девелоперів та виконання проекту власними силами франчайзера.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми дослідження надання консалтингових послуг розглядаються досить широко у працях

науковців, але увага дослідників до ролі таких послуг у сфері франчайзингу приділена недостатньо. Зокрема, цю проблематику досліджували З. Варналій, О. Вдовічена, А. Магомедова, О. Микитюк та ін.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. У сучасній літературі відсутні роботи щодо вивчення особливостей надання та обсягів реалізації консалтингових послуг у сфері франчайзингу. Через це виникає необхідність дослідження стану реалізації та ефективності надання консалтингових послуг у сфері франчайзингу на ринку України.

Мета статті. Метою статті є дослідження та аналіз складу і структури послуг, які надають девелопери франшиз на ринку України, особливостей реалізації консалтингових проектів у сфері франчайзингу на вітчизняному ринку, визначення переваг та недоліків співпраці підприємств-учасників франчайзингових відносин із сучасними девелоперами франшиз.

**Виклад основного матеріалу дослідження.**

Сьогодні франчайзинг виступає ефективною моделлю організації і розвитку бізнесу, оскільки за рахунок підтримки досвідченого партнера підприємство отримує можливість розвивати власний бізнес прискореними темпами, що дає йому змогу завоювати власну нішу ринку. Однак варто виділити окремих суб'єктів ринкових відносин, які не є сторонами франчайзингових партнерських взаємодій, але без таких підприємств є велика ймовірність, що більшість підприємств не змогла би створити чи вдало реалізувати свою франшизу. Такі підприємства можна назвати девелоперами (від англ. developer – розробник), тобто такі підприємства чи підприємці, які отримують свій прибуток за рахунок розроблення і впровадження ідеї чи проекту, яким може виступати і франшиза.

Оскільки франчайзинг – одна з найперспективніших новітніх форм розвитку малого та середнього підприємництва, форма співпраці між юридично та фінансово незалежними сторонами (компаніями та/або фізичними особами), в межах якої одна сторона (франчайзер), що володіє успішним бізнесом, відомою торговою маркою, ноу-хау, комерційними таємницями, репутацією та іншими нематеріальними активами, дає змогу іншій стороні (франчайзі) користуватися цією системою на певних умовах [1, с. 170].

Особливістю розвитку українського ринку франчайзингу є те, що ця форма організації бізнесу виникла

в нашій країні насамперед завдяки лібералізації соціально-економічного життя взагалі та сфери взаємодії із закордонними партнерами зокрема.

У сучасних умовах розвитку світової економіки франчайзингові відносини є у понад 80 розвинених країнах. Найбільшій популярності вони набули в США, Канаді, Західній Європі, Японії та країнах Карибського і Тихоокеанського басейнів [2, с. 251].

Так, нині у США шляхом укладання франчайзингових угод активно розвивається понад 1/3 компаній, задіяних у сфері роздрібного товарообігу та близько 20% послуг у сфері виробництва та побутових послуг. Найбільш актуальним є франчайзинг у сферах малого і середнього бізнесу [3, с. 112].

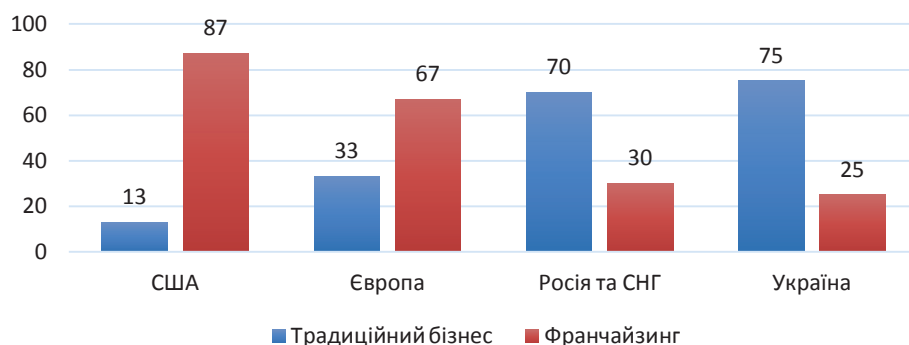
В Австралії і Бразилії приріст франчайзингового бізнесу становить 10-15% в рік. Варто також зазначити, що тоді, коли традиційний бізнес і економіка європейських країн загалом зазнають стагнації, бізнес на основі франчайзингу зростає на 10% щорічно [4, с. 36].

Секрет успіху франчайзингової системи полягає насамперед у високій ефективності взаємодії сфер великого і малого бізнесу (франчайзера і франчайзі). Франчайзер зазвичай прагне одержати доступ до нових ринків, підвищити пізнаваність бренду та лояльність цільової аудиторії, одержати конкурентні переваги над іншими гравцями ринку за рахунок ефекту мережі тощо. Загалом саме франчайзинг нині вважається одним із найефективніших способів масштабування бізнесу [5, с. 11-17].

Франчайзі ж зацікавлені у доступі до ресурсів, використанні вже відомого бренду, мінімізації ризиків ведення підприємницької діяльності (за рахунок підтримки досвідченого бізнес-партнера) тощо [6, с. 167-174].

Однак варто відмітити, що порівняно з розвиненими країнами світу Україна тільки стала на шлях розвитку за цією системою (рис. 1).

Результати аналізу дають змогу дійти висновків, що в США частка франчайзингового бізнесу є найвищою. Фактично лише одне з десяти підприємств створюється власними силами засновника. В Україні



**Рис. 1. Частка традиційного та франчайзингового бізнесу на ринках США, Європи, Росії, СНГ та України в 2018 році, %**

Джерело: складено авторами за основи [7]

ж тільки чверть компаній зі ста розвиваються за допомогою цієї системи (відповідно до результатів експертної оцінки Асоціації франчайзингу України).

Сьогодні франчайзинг забезпечує молодим компаніям насамперед високу стійкість до різноманітних впливів, що надзвичайно важливо як на етапі зростання підприємства, так і протягом усього періоду його функціонування. За даними фірми Mr.Doors Home Inc., у США через 5 років діяльності продовжує функціонувати 23% приватних підприємств, а після десяти років роботи їх залишається лише 18%, тоді як серед підприємств, що працюють за системою франчайзингу, через 5 років банкрутує лише 13 підприємств зі 100 (рис. 2).

Світовий досвід показує, що франчайзинг забезпечує стабільний розвиток підприємств практично в будь-якій із нині відомих галузей економіки. Однак найбільшу популярність він здобув у сфері громадського харчування, готельно-ресторанного бізнесу та сфері послуг.

За даними експертів Федерації розвитку франчайзингу, гостинності та інфраструктури України, в Україні спостерігається висока перспективність галузевого розвитку за системою франчайзингу: 27 галузей мають своїх інвесторів, але не мають достатньої кількості франчайзерів.

У структурі українського ринку франчайзингу (рис. 3) громадське харчування займає 30%, роз-

дрібна торгівля – 35%, сегмент послуг – 22% та 13% – інші галузі. У 2016 р. кількість франшиз сягнула понад 600, з яких близько 100 відповідають міжнародним стандартам. Ринок українських франшиз представлений такими відомими брендами, як «Піца Челентано», «Франс.уа», «Львівські круасани», «Перша пекарня», «Наша Ряба», «Наш Край» тощо.

Всього в Україні, за даними компанії «Франч», станом на 2018 рік зафіксовано 1186 франчайзингових пропозицій. Найбільша кількість франшиз – у сегменті роздрібною торгівлі (423 франшизи), на другому місці – громадське харчування (210) та послуги для бізнесу (151), непогані показники також у сфері краси і здоров'я (75) і дитячих брендів (71 франшиза).

Саме на фоні бурхливого розвитку франчайзингу та росту попиту на послуги консалтингових компаній зростає роль девелоперів франшиз.

Так, понад 85% відсотків франшиз, що нині існують та активно розвиваються в Україні, було розроблено спеціалізованими девелоперами, і лише 15% франшиз на ринку України з'явилося власними силами компанії-франчайзера або на умовах супроводу індивідуальних консультантів.

Нині в Україні функціонує менше 5 вітчизняних консалтингових компаній, що займаються наданням повного циклу послуг у сфері франчайзингу. Звісно, є і приватні підприємці, котрі пропонують послуги в цій сфері.



Рис. 2. Порівняльні дані функціонування фірм, які діють на умовах франчайзингу, та тих, які створені традиційним шляхом, %

Джерело: складено авторами за основи [8]

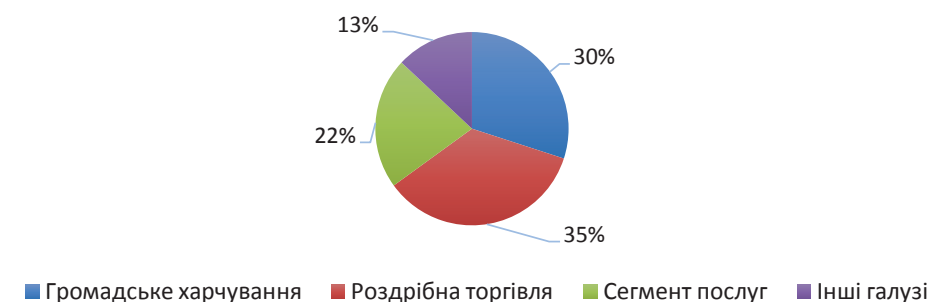


Рис. 3. Структура українського ринку франчайзингу за сферами економіки, %

Джерело: складено авторами за основи [7]

Проте ми вважаємо за доцільне розглядати компанії, котрі є лідерами на ринку франчайзингових послуг в Україні. Серед них:

- «Франч»;
- Franchise Group;
- FRANCHISING FULL CYCLE.

Станом на 2018 рік компанії «Франч» належить майже 80% українського ринку послуг у сфері франчайзингу. Але це неофіційні дані, оскільки більшість компаній розміщують свої франшизи в каталогах одразу кількох компаній-девелоперів франшиз.

Девелопмент франшизи є різнобічним процесом, що охоплює різні види діяльності – від надання консультацій та проведення аудиту готовності бізнес-моделі до початку розвитку за системою франчайзингу до пошуку потенційних франчайзі та продажу франшизи.

Складники послуг, котрі надають девелопери франшиз, та їх розшифрування (за даними компанії «Франч»):

1. Юридичний пакет, що включає в себе:

- Договір комерційної концесії/ліцензійний договір (на 50-70 сторінках дуже докладно описані всі нюанси відносин між франчайзером і франчайзі).

- Попередній договір.

- Угоди про конфіденційність із франчайзі і його працівниками.

- Юридичні консультації за особливостями правового регулювання у сфері франчайзингу та рекомендації з оподаткування.

- Аналіз і консультації під час коригування договорів із постачальниками, пов'язані з переходом на роботу за системою франчайзингу.

- Досудове врегулювання спорів між франчайзером і франчайзі.

- Реєстрація товарного знака і авторських прав на стандарти дизайну і оформлення підприємства, стандарти бізнесу.

2. Динамічна та адаптивна фінансова модель:

- прогноз основних показників діяльності залежно від різних факторів, які можуть впливати на бізнес-процес;

- визначення оптимальної суми вступного внеску, роялті та рекламних відрахувань, а також терміну окупності всіх інвестицій у франшизу.

3. Marketig Kit – презентація франшизи, що означає:

- Подання франшизи в ефектному і вигідному світлі.

- Розроблення тексту, що допомагає продати франшизу.

- Високоякісний сучасний дизайн, кращі концепції, креативні ідеї.

- Аналіз затребуваності франшизи на ринку.

- Переваги та конкретні унікальні відмінності, властиві франшизі.

- Подання компанії та франшизи як серйозного учасника ринку, орієнтованого на потреби й очікування франчайзі і кінцевих клієнтів.

4. Аудит франшизи:

- Аудит нової франшизи: аналіз запитів на схожі франшизи, конкурентний аналіз франшизи і франшиз-аналогів на ринку, потенціал попиту на покупку франшизи в СНД, перспективи розвитку франшизи в країнах СНД.

- Аудит існуючої франшизи: аналіз можливостей розвитку франшизи, визначення цільової аудиторії для франчайзі; критерії вибору франчайзі, критерії визначення території роботи франчайзі; аналіз франчайзингового пакета; аналіз фінансових показників франшизи, оцінка ефективності механізмів контролю над виконанням стандартів роботи з боку франчайзі; оцінка ефективності бізнес-процесів усередині франчайзинго-

вої мережі; аудит систем маркетингу франшизи; аудит захисту інтелектуальної власності.

- Аудит покупця франшизи: аналіз рентабельності бізнесу і фінансових показників франчайзі, репутація та досвід роботи, відомості про нерухомість.

5. Книга франчайзі (до 1500 стор.):

- Стандарти фірмового стилю і дизайну.

- Керівництво з використання фірмового стилю, принципів оформлення та дизайну франчайзингової точки.

- Управління персоналом:

- Стандарти управлінських процесів: підбір, навчання, мотивація і розвиток персоналу; внутрішня документація, що регламентує кадрове діловодство.

- Бізнес-процеси:

- Асортиментна і цінова політика, постачання, облік, переміщення і зберігання, стандарти обслуговування клієнтів.

- Запуск франчайзингової точки:

- Основні етапи запуску франчайзингової точки, вимоги до місця розташування, приміщень та інші технічні вимоги; перелік основної документації, необхідної для відкриття і функціонування.

- Контроль франчайзі:

- Способи контролю; аспекти, характеристики, процеси і результати, що підлягають контролю; порядок проведення планових та позапланових заходів із метою контролю франчайзингової точки.

- Реклама і маркетинг:

- Розроблення і проведення маркетингових заходів, спрямованих на виконання плану продажів, на досягнення популярності і довіри до бренда. Рекомендації з просування в інтернеті, планування і звітність.

6. Стандарти керування мережею:

- Стандарти франчайзингового відділу.

- Організаційна структура відділу франчайзингу, основні функції співробітників, скрипти роботи з потенційними партнерами.

- Стандарти взаємодії з франчайзі.

- Принципи взаємодії франчайзі з підрозділами і службами франчайзера.

- Механізми утримання партнерів.

- Визначення основних механізмів прямого і непрямого впливу для утримання франчайзі.

- Координація діяльності мережі.

- Порядок проведення планових та позапланових заходів з метою контролю франчайзингової точки.

7. Просування франшизи.

- Найбільша медіамережа для просування франшиз:

- 5 сайтів-каталогів франшиз;

- мобільних додатків для iOS і Android;

- YouTube-канал FranchTV;

- Інтеграція на каналі FranchTV;

- Вебінари з франшизи;
- Email-розсилки;
- Новинні та інформаційні пости в соціальних мережах;

- Консультації та тренінги.

## 8. Продаж франшизи:

- Просування франшизи на всіх ресурсах девелопера.

- Розсилання комерційної пропозиції франшизи по базі даних девелопера (до 100 000 адресатів).

- Організація і проведення вебінару для франшизи.

- Індивідуальна сторінка (Лендинг) франшизи на сайті девелопера.

- Продаж франшизи командою висококваліфікованих і результативних франчайзингових брокерів.

- Супровід покупців франшизи до моменту підписання угоди.

Ексклюзивною особливістю послуг компанії «Франч» є спеціалізований продаж франшиз. Так, на території України ТОВ «Франч» є єдиним девелопером, що надає брокерські послуги з продажу франшиз.

Окрім цього, варто окремо звернути увагу на такий ефективний рекламний інструмент просування та продажу франшизи, як YouTube-канал FranchTV – єдиний у своєму роді та найпопулярніший відеоканал про франчайзинг на території ru.net.

Нині FranchTV є головним постачальником відеоконтенту про франчайзинг в СНД. Канал займається популяризацією франчайзингу, допомагає вибирати, купувати і створювати франшизи.

Ефективна робота девелоперів франшиз у сфері просування та продажу продукту дозволяє суттєво збільшити кількість укладених угод між франчайзером та франчайзі. Так, середня кількість проданих франшиз власними силами франчайзера – 1–2 франшизи в місяць. Аналогічний показник спеціалізованого девелопера становить 4–6 франшиз на місяць.

Послуги девелоперів дозволяють компанії-франчайзеру створити власну мережу в 3–4 рази швидше, ніж за умови продажу франшизи самостійно, та швидко вийти на міжнародний рівень. Результати розвитку деяких компаній за системою франчайзингу подано в табл. 1.

Існування компаній-девелоперів франшиз є об'єктивно необхідною умовою для активного та успішного розвитку ринку франчайзингу України, оскільки дає змогу:

- 1) підвищити якість розробленої франшизи;
- 2) гарантувати безпечність та правомірність угоди між франчайзером і франчайзі;
- 3) оптимізувати роботу франчайзингової точки та мережі загалом завдяки професійній стандартизації та адаптації управлінських і бізнес-процесів компанії-замовника;
- 4) оптимізувати витрати компанії-франчайзера з погляду підбору персоналу з необхідними компетенціями та виплати йому заробітної плати для розроблення франшизи власними силами;
- 5) мінімізувати витрати клієнта на рекламну кампанію франшизи;
- 6) пришвидшити процес розроблення та продажу франчайзингового пакету;
- 7) збільшити кількість укладених франчайзингових угод;
- 8) вийти на зарубіжні ринки тощо.

Подібні переваги досягаються завдяки поєднанню однією компанією висококваліфікованих послуг у сфері:

- фінансового консалтингу й аудиту;
- юридичного консалтингу;
- маркетингового консалтингу;
- ІТ-консалтингу;
- операційного консалтингу;
- стратегічного консалтингу;
- HR-консалтингу тощо.

Сумістити спеціалістів в усіх цих сферах у межах однієї компанії для розроблення франшизи власними силами франчайзера зазвичай практично неможливо. Більше того, навіть все-

вітньовідомі міжнародні компанії користуються послугами спеціалізованих девелоперів для стандартизації бізнесу. Для прикладу, серед клієнтів компанії «Франч» є такі відомі компанії, як KFC, JACOBS DOUWE EGBERTS; MAFFIA; «Нова пошта»; «Львівські круасани»; «Наш край» та багато інших.

Нині з'являється все більша кількість індивідуальних підприємців та консалтингових компаній, для котрих послуги у сфері франчайзингу не є основним видом діяльності. Такі гравці ринку франчайзингових відносин надають

Таблиця 1

### Результати співпраці франчайзера зі спеціалізованим девелопером (на прикладі ТОВ «Франч»)

Назва компанії	Короткий опис	Результат співпраці зі спеціалізованим девелопером
АМА Kids	Центр ментальної арифметики	Відкрито понад 400 франчайзингових центрів в 11 країнах світу за 1,5 року
Designed for Fitness	Магазини одягу для фітнесу	Відкрито понад 40 франчайзингових магазинів у 7 країнах світу за 2 роки
«Перша Пекарня»	Мережа пекарень	Продано понад 50 франшиз з 2017 року
«Наша Ряба»	Продаж свіжої курятини	Найбільший франчайзер України, понад 3000 точок
Рара Grill	Продаж хот-догів	За 2 роки продано 60 франшиз
«Персональне рішення»	Послуги вантажників	Відкрито понад 250 франчайзингових магазинів у 7 країнах світу за 6 років

Джерело: складено авторами за основи [9]

послуги низької якості, що веде до розчарування франчайзерів та франчайзі в бізнес-відносинах за типом «франчайзинг», росту недовіри підприємців до спеціалізованих девелоперів франшиз, банкрутства франчайзингової точки за найгіршого сценарію розвитку подій тощо. Негативний вплив подібних гравців ринку франчайзингу складно переоцінити.

#### Висновки з проведеного дослідження.

Ринок консалтингових послуг у сфері франчайзингу активно розвивається в Україні.

Компанія ТОВ «Франч» нині є лідером серед девелоперів франшиз України. Компанія пережила всі кризи розвитку вітчизняного франчайзингу. Нині саме інформаційним джерелам ТОВ «Франч» завдячують навіть більшість конкурентів галузі за поінформованість клієнтів у сфері франчайзингу.

Існування девелоперів франшиз гарантує іншим учасникам франчайзингових відносин низку переваг.

З погляду національної економіки, перевагами розвитку спеціалізованих девелоперів франшиз є успішне функціонування понад 85% підприємств, відкритих за системою франчайзингу, їхня прибутковість; ефективне застосування франчайзингу у понад 80 сферах бізнесу; високий потенціал розвитку ринку франчайзингу України, який, за різними даними, оцінюється в трильйони доларів США; високі темпи зростання ринку франчайзингу України, який у середньому становить 30%.

Водночас виникає все більша кількість недобросовісних девелоперів. Відповідно, зростає потреба в ефективному контролі за їхньою діяльністю задля збереження довіри клієнтів та прогресивного розвитку франчайзингу в Україні, як наслідок – зростання числа малих та середніх підприємств та забезпечення суттєвих переваги для споживачів і суспільства загалом за рахунок сприяння росту конкуренції на ринках збуту та серед товарних знаків, підтримки різноманітності вибору та отримання товарів і послуг, що відповідають сучасному рівню; надходження іноземних інвестицій, які забезпечують ефективне впровадження найновіших технологій; створення нових робочих місць; поповнення бюджету держави за рахунок надходжень коштів від оподаткування та здійснення сприятливого впливу на розвиток тієї ж та суміжних галузей тощо.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Вдовічена О.Г. Роль франчайзингу у формуванні вітчизняного бізнес-середовища \ Маркетинг і реклама. Випуск IV (56), 2014. с.169-177. Сайт Асоціації франчайзингу(України) URL: <http://www.franchising.org.ua>. Назва з екрану.
2. Микитюк О.П. Особливості консалтингу в сфері малого підприємництва// Теоретичні та прикладні питання економіки. Збірник наукових праць. Випуск 17. К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2008. С. 250-258.

3. Варналій З.С. Конкуренція і підприємництво : монографія / З.С. Варналій. К.: Знання України, 2015. 463 с.

4. Кривонос Е. Франчайзинг: готовий бізнес оптом и в розницу / Е. Кривонос // SBR. 2016. Июль-август. С. 36-43.

5. Magomedova A.M., Mykytiuk O.P., Onysenko T.S. Partnership as a factor in increasing competitiveness of companies. National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine – Collective monograph / Edited by A. Pawlik, K. Shaposhnykov. Kielce, Poland: Izdevnieciba "Baltija Publishing", 2016. Vol. 3. 460 p. – P. 5-22.

6. Магомедова А.М. Оптимізація ключових параметрів діяльності франчайзингових підприємств// Зб. наук. праць / За заг. ред. проф. А.В. Шегди, проф. Ю.І. Єханурова «Теоретичні та прикладні питання економіки». Київ: ВПЦ «Київський університет». 2015. № 2 (31). С.167-174.

7. Асоціація франчайзингу України. URL: <http://franchising.org.ua>. Назва з екрану.

8. Сайт компанії Mr.Doors Home Inc. URL: <http://www.mrdoorsinc.net>. Назва з екрану.

9. Сайт компанії «Франч». URL: <https://franch.biz>. Назва з екрану.

#### REFERENCES:

1. Vdovichena O.Gh.(2014.) Rolj franchajzynghu u formuvanni vitchyznjanogho biznes-seredovyshha [The role of franchising in the formation of the domestic business environment]. Marketyngh i reklama [Marketing and advertising] (electronic journal), (vol. 56), (no. IV), (pp. 169-177) Available at: <http://www.franchising.org.ua> (accessed 05.01.2019).
2. Mykytiuk O.P. (2008) Osoblyvosti konsal'tynghu v sferi malogho pidpryemnyctva [Features of consulting in the sphere of small business]. *Theoretical and applied questions of economy*, vol.17. pp. 250-258.
3. Varnalij Z.S. (2015) Konkurencija i pidpryemnyctvo: monoghrafija [Competition and Entrepreneurship: Monograph]. Kyiv: Knowledge of Ukraine.
4. Kryvonos E. (2016) Franchajzyngh: ghotovyj byznes optom y v roznycu [Franchising: wholesale business and retail business]. SBR, no July August. pp. 36-43.
5. Magomedova A.M., Mykytiuk O.P., Onysenko T.S. (2016) Partnership as a factor in increasing competitiveness of companies. *National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine Collective monograph*. Kielce, Poland: Publishing Company Baltija. Vol. 3, 460 p., pp. 5-22.
6. Magomedova A.M. (2015) Optymizacija ključovykh parametrov dijajlnosti franchajzynghovykh pidpryemstv [Optimization of key parameters of the franchise business activity]. *Theoretical and applied questions of economy*, vol. 31, no. 2, pp. 167-174.
7. Association of franchising of Ukraine: [Electronic resource] – Available at: <http://franchising.org.ua/> Screen name (accessed 05.01.2019).
8. Mr.Doors Home Inc. Company Website [Electronic resource] – Available at: <http://www.mrdoorsinc.net/> Title from the screen (accessed 05.01.2019).
9. Franch company website [Electronic resource] – Available at: <https://franch.biz/> Screen name (accessed 05.01.2019).

Mykytiuk Oksana

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor  
Taras Shevchenko National University of Kyiv

Kateryna Benivska

Student

Taras Shevchenko National University of Kyiv

## FEATURES OF DEVELOPMENT SERVICES ON THE FRANCHISING MARKET OF UKRAINE

**The purpose of the article** is to study and structure the services provided by franchise developers in the Ukrainian market, especially the implementation of consulting projects in the field of franchising in the domestic market, identifying the advantages and disadvantages of cooperation between enterprises, franchisees, franchisees and modern franchisees.

**The urgency of the article** is the lack of work in modern literature devoted to the study of the peculiarities of the provision and scope of consulting services in the field of franchising. Therefore, it is necessary to study the state of implementation and the effectiveness of providing consulting services in the field of franchising in the Ukrainian market.

During the writing of a scientific article, general scientific **methods of research** used: methods of comparison, analysis, observation, measurement, calculation, modeling and experiment. Several positions of the system approach, which is the methodological basis for the study of the market of franchising services in Ukraine, was used to form the research strategy.

**In the course of the study**, found that the franchising consulting services market is actively developing in Ukraine.

Franch LLC is today the leader among franchise developers in Ukraine. The company has experienced all the crises of domestic franchising. For today, information sources of LLC Franch owes most of the industry's competitors for franchising clients.

The authors of the article found that the existence of franchisee developers guarantees a number of advantages to other franchisees. In view of the national economy, the main benefits of the operation of specialized franchise developers are:

- 1) The successful functioning of more than 85% of companies opened by the franchising system, their profitability;
- 2) Effective use of franchising in more than 80 business spheres;
- 3) High potential of development of the franchising market in Ukraine, which according to various data estimated in trillions of US dollars;
- 4) High growth rates of the franchising market of Ukraine, which, on average, is 30%.

At the same time, it discovered that in Ukraine there is an increasing number of unscrupulous developers. Accordingly, there is a growing need for effective control over their activities. This is a prerequisite for maintaining customer confidence and the progressive development of franchising in Ukraine, and as a consequence, the growth of a significant number of small and medium-sized enterprises and providing significant benefits to consumers and society as a whole. Such an effect can be achieved by:

- promotion of competition in the markets of sales and among trademarks,
- supporting a variety of choices and obtaining goods and services that are up-to-date;
- receipts of foreign investments, which ensure the effective implementation of the latest technologies;
- creation of new jobs;
- replenishment of the state budget;
- tax revenues and a beneficial effect on the development of the same and related industries, etc.

**The practical results of the study** complement the previously performed research consulting services in Ukraine and the franchising market.

The main theoretical positions and research results can be used by leading franchise developers in Ukraine to argue the benefits of customers from appeals to well-known and professional developers; when developing the relevant normative documents in the field of regulation of franchising relations and scientific and methodical manuals; when considering the market of consulting services of Ukraine and the market of franchising in the educational process.