

Ігор Б. Назаркевич*

ВПЛИВ ТЕХНОЛОГІЙ НА РОЗВИТОК ФРАНЧАЙЗИНГУ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто вплив сучасних цифрових технологій на розвиток франчайзингу в Україні, зокрема через автоматизацію процесів, покращення комунікацій та розширення можливостей для франчайзерів і франчайзі. Досліджено ключові технологічні чинники, які сприяють підвищенню ефективності франчайзингових моделей, а також проаналізовано виклики, що постають перед франчайзерами та франчайзі у зв'язку з цифровізацією. У статті досліджується концепція технологічної структури франчайзингової мережі як інтегрованої системи інформаційних технологій, програмного забезпечення, апаратних засобів та комунікаційних каналів, що забезпечують функціонування, взаємодію та управління між франчайзером та франчайзі. Визначено основні функції технологічної структури: стандартизація операційних процесів, забезпечення контролю та моніторингу, підвищення ефективності комунікацій, оптимізація управління даними та підтримка прийняття рішень. Наведено приклади впровадження IT-рішень у відомих українських франшизах. Обґрунтовано стратегічне значення добре спроектованої технологічної структури для забезпечення конкурентоспроможності, масштабованості та сталого розвитку франчайзингової мережі.

Ключові слова: франчайзинг, цифрові технології, автоматизація, ефективність, бізнес.

Табл. 1. Рис. 1. Літ. 14.

DOI: 10.32752/1993-6788-2025-1-286-309-316

Ihor Nazarkevych

THE INFLUENCE OF TECHNOLOGY ON THE DEVELOPMENT OF FRANCHISING IN UKRAINE

The article examines the impact of modern digital technologies on the development of franchising in Ukraine, in particular through process automation, improved communications, and expanded opportunities for franchisors and franchisees. The technological structure of the franchise network is defined as an integrated complex of software, hardware and communication tools designed to collect, process, store and transmit information, automate business processes, support interaction and ensure control within the entire network. The key technological factors that contribute to increasing the efficiency of franchise models are studied, and the challenges facing franchisors and franchisees in connection with digitalization are analyzed. Examples of the implementation of IT solutions in well-known Ukrainian franchises are given. The article examines the concept of the technological structure of a franchise network as an integrated system of information technologies, software, hardware and communication channels that ensure the functioning, interaction and management between the franchisor and franchisee. The key components of this structure are analyzed, including point-of-sale systems (POS), customer relationship management (CRM), enterprise resource planning (ERP), communication and training platforms, supply chain management systems and business analytics tools. The main functions of the technological structure are identified: standardization of operational processes, ensuring control and monitoring, increasing communication efficiency, optimizing data management and supporting decision-making. The challenges associated with building and maintaining technology infrastructure in franchise networks, such as systems integration, data security, implementation costs, and the need to adapt to technological changes, are examined. The strategic importance of a well-designed technology structure for ensuring the competitiveness, scalability, and sustainable development of a franchise network is substantiated.

* Ivan Franko National University of Lviv, Ukraine.

Keywords: franchising, digital technologies, automation, efficiency, business.

Peer-reviewed, approved and placed: 20.04.2025.

Постановка проблеми. Франчайзинг є однією з найдинамічніших форм розвитку малого та середнього бізнесу в Україні. В умовах цифрової трансформації технології відіграють дедалі важливішу роль у забезпеченні конкурентоспроможності франчайзингових мереж. Інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), автоматизовані системи управління, електронна комерція, хмарні сервіси та аналітичні інструменти стають невід'ємною частиною сучасного франчайзингу.

Сукупність взаємопов'язаних технологічних рішень, що використовуються для підтримки операційної діяльності, управління та взаємодії всередині франчайзингової мережі, формує її технологічну структуру. Розуміння компонентів, функцій та стратегічного значення цієї структури є критично важливим для ефективного управління та розвитку будь-якої франчайзингової системи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи функціонування франчайзингу та впливу технологій на розвиток франчайзингових мереж досліджували Василевський І. П. [1], Мартиненко О. О. [2], Побоченко Л.М. [3], Hockett Robert C. і Omarova Saule T. [4] та інші.

Дослідження в галузі інформаційних систем у бізнесі [5] та управління мережевими структурами [6] підкреслюють важливість інтегрованих ІТ-рішень для координації діяльності, підвищення прозорості та ефективності. Однак незважаючи на значну увагу до франчайзингу як бізнес-моделі та до окремих ІТ-рішень, комплексний аналіз саме технологічної структури як цілісної системи залишається недостатньо дослідженим.

Метою дослідження є аналіз впливу технологій на розвиток франчайзингу в Україні, визначення ключових компонентів та функцій технологічної структури, а також обґрунтування її стратегічного значення для успішного функціонування та розвитку франчайзингового бізнесу.

Основні результати дослідження. Франчайзингова мережа являє собою складну систему взаємозв'язків між франчайзером та численними франчайзі. Управління такою мережею вимагає балансу між наданням франчайзі певної операційної самостійності та забезпеченням дотримання єдиних стандартів бренду, якості та процесів. Технології, а особливо технологічна структура франчайзингу, виступають ключовим інструментом для досягнення цього балансу.

Технологічна структура франчайзингової мережі може бути визначена як інтегрований комплекс програмних, апаратних та комунікаційних засобів, призначений для збору, обробки, зберігання та передачі інформації, автоматизації бізнес-процесів, підтримки взаємодії та забезпечення контролю в межах усієї мережі. Вона є ІТ-фундаментом, на якому будується ефективна операційна діяльність та управління франчайзинговою системою.

У контексті франчайзингу технологічна структура дозволяє реалізувати ключові переваги цієї моделі, такі як швидке масштабування при збереженні стандартів (див. рис. 1).



Рис. 1. Технологічна структура франчайзингової мережі,
власна розробка автора

Впровадження технологій у франчайзингові моделі приносить відчутні результати. Франчайзери отримують інструменти для ефективного масштабування своєї мережі, стандартизації операційної діяльності та налагодження кращої комунікації з франчайзі. Для самих франчайзі технології спрощують щоденне керівництво локальним бізнесом, надають доступ до актуальної аналітики та допомагають підвищувати рівень клієнтської лояльності. Клієнти ж, у свою чергу, виграють від персоналізованого сервісу, зручності цифрових каналів взаємодії та прозорості у відносинах з брендом.

Належним чином спроектована та впроваджена технологічна структура виконує низку критично важливих функцій у франчайзинговій мережі, а саме:

- стандартизація та уніфікація (забезпечення єдиних операційних процедур, стандартів обслуговування, ціноутворення, маркетингових активностей у всіх точках мережі);

- контроль та моніторинг (надання франчайзеру інструментів для відстеження ключових показників діяльності франчайзі, дотримання стандартів, фінансових потоків, наприклад роялті);

- підвищення операційної ефективності (автоматизація рутинних процесів, таких як замовлення, звітність, облік тощо, оптимізація управління запасами та логістикою, скорочення витрат);

- ефективна комунікація (забезпечення швидкого та надійного каналу зв'язку між усіма учасниками мережі для передачі важливої інформації, оновлень, підтримки);

- управління знаннями та навчання (централізоване розповсюдження стандартів, інструкцій, найкращих практик та організація навчання персоналу);

- збір та аналіз даних (формування єдиної бази даних про клієнтів, продажі, операційні показники для прийняття стратегічних рішень на рівні всієї мережі);

- підтримка масштабування (створення технологічної основи, яка дозволяє легко підключати нових франчайзі та розширювати мережу без втрати контролю та ефективності).

В цілому технологічна структура франчайзингової мережі може варіюватися залежно від галузі, розміру мережі та стратегії франчайзера, проте зазвичай вона включає такі основні компоненти:

1. Системи точки продажу (Point of Sale - POS) це централізовані або стандартизовані POS-системи є основою для збору даних про продажі, управління запасами на рівні франчайзі та забезпечення єдиної цінової політики. Вони надають франчайзеру оперативну інформацію про діяльність мережі.

2. Системи управління взаємовідносинами з клієнтами (Customer Relationship Management - CRM). Дають змогу збирати та аналізувати дані про клієнтів у межах всієї мережі, керувати програмами лояльності, проводити централізовані маркетингові кампанії та забезпечувати єдиний стандарт обслуговування клієнтів.

3. Системи планування ресурсів підприємства (Enterprise Resource Planning – ERP). Інтегровані системи, що можуть охоплювати фінансовий облік, управління закупівлями, виробництвом, людськими ресурсами та інші ключові бізнес-процеси як на рівні франчайзера, так і (частково) на рівні франчайзі. Це забезпечує прозорість та ефективність управління ресурсами.

4. Платформи для комунікації та співпраці. Внутрішні портали, системи електронної пошти, месенджери, відеоконференцв'язок, форуми. Ці інструменти є критично важливими для оперативного обміну інформацією, розповсюдження стандартів, новин компанії та підтримки взаємодії між франчайзером та франчайзі, а також між самими франчайзі.

5. Системи управління навчанням (Learning Management Systems - LMS). Онлайн-платформи для стандартизованого навчання персоналу франчайзі, тестування знань, розповсюдження навчальних матеріалів та інструкцій. Це забезпечує відповідність кваліфікації персоналу вимогам бренду.

6. Системи управління ланцюгами поставок (Supply Chain Management - SCM). Платформи для управління замовленнями, відстеження поставок від затверджених постачальників, оптимізації логістики та управління запасами в мережі. Особливо важливі для франшиз у сфері рітейлу та громадського харчування.

7. Інструменти бізнес-аналітики (Business Intelligence - BI) та звітності. Системи, що агрегують дані з різних джерел (POS, CRM, ERP) та дозволяють франчайзеру аналізувати ключові показники ефективності (KPI) мережі в цілому та окремих точок, виявляти тренди та приймати обґрунтовані управлінські рішення. Франчайзі також можуть отримувати доступ до аналітики щодо власної діяльності.

8. Технологічна інфраструктура. Включає хмарні сервіси, мережеве обладнання, стандарти щодо апаратного забезпечення на точках франчайзі, системи резервного копіювання та відновлення даних.

9. Системи безпеки. Комплекс заходів та інструментів для захисту даних (клієнтських, комерційних, фінансових), забезпечення конфіденційності та відповідності нормативним вимогам (наприклад, GDPR).

Технології стають критичними для конкурентоспроможності франчайзингу, забезпечуючи гнучкість у динамічному ринковому середовищі. Однак є базові технології, що визначають стратегічні засади розвитку франчайзингу (див. табл. 1).

Таблиця 1. Основні компоненти впливу технологій на франчайзинг, складено автором на основі [7, 8]

Компонент	Технології	Призначення
Автоматизація процесів	Хмарні системи	Централізоване управління даними, автоматизація звітності та аналітики для франчайзерів і франчайзі.
	ШІ та машинне навчання	Прогнозування попиту, оптимізація цін і виявлення ризиків у реальному часі.
Підвищення ефективності управління	CRM-платформи	Вдосконалення комунікації з клієнтами через персоналізовані маркетингові кампанії та аналітику поведінки.
	POS-системи	Інтеграція з інвентаризацією, продажами та лояльнішими програмами для швидкого прийняття рішень.
Цифровий маркетинг і глобальний охоплення	SEO та таргетована реклама	Залучення франчайзі та клієнтів через онлайн-платформи.
	Електронна комерція	Розширення ринку за рахунок онлайн-замовлень та мобільних додатків.
Покращення клієнтського досвіду	Персоналізація	Використання даних для індивідуальних пропозицій та лояльніших програм.
	Онлайн-відгуки та аналітика	Швидкий збір зворотного зв'язку для корекції роботи мережі.

Сучасні тенденції включають перехід до хмарних рішень (SaaS), використання мобільних технологій для управління та комунікації, впровадження штучного інтелекту (AI) та машинного навчання (ML) для поглибленої аналітики та персоналізації, а також посилення уваги до кібербезпеки.

Побудова ефективної технологічної структури пов'язана з низкою викликів. Насамперед, це вартість, адже впровадження та підтримка сучасних ІТ-рішень може бути значною інвестицією, особливо для невеликих франчайзерів. Крім цього, важливим аспектом є інтеграція, тобто забезпечення сумісності та безперебійного обміну даними між різними системами (POS, CRM, ERP тощо), що є складним технічним завданням. Першочерговим пріоритетом є безпека даних, що спрямована на забезпечення підтримки захисту чутливої комерційної та клієнтської інформації в розподіленій мережі. Постійної уваги вимагає адаптація та навчання. Це дає змогу забезпечити необхідність навчання франчайзі та їх персоналу роботі з новими системами, подолання можливого опору змінам. Також, критично важливою є гнучкість та масштабованість, оскільки технологічна структура повинна бути достатньо гнучкою для адаптації до змін ринку та потреб бізнесу, а також легко масштабуватися при зростанні мережі.

Кількість франчайзингових об'єктів в Україні демонструє позитивну динаміку. Зокрема, у 2021 році було зареєстровано 28 579 таких об'єктів, з яких 78% становили франчайзингові точки, а 22% — власні об'єкти франчайзерів. Це свідчить про ефективність механізму розширення бізнесу через франчайзингову діяльність [9]. Українські підприємці дедалі частіше обирають франшизу як спосіб запуску бізнесу, що забезпечує менші ризики та швидший вихід на ринок.

Проте існують й обмеження — недостатній рівень цифрової грамотності, слабка ІТ-інфраструктура в регіонах, високі витрати на впровадження сучасних технологій.

В Україні прикладами впровадження технологій у франшизах можуть бути [11-14]:

1. Lviv Croissants — активно використовує POS-системи, CRM та аналітику продажів, що дозволяє оперативно реагувати на зміну попиту.

2. Kava Avenue — впроваджує мобільний додаток лояльності та безконтактну оплату.

3. Prostor — автоматизована система управління складами та доставками на основі ERP.

4. Rozetka (як B2B-платформа для франшиз) — технологічна екосистема з інтегрованим логістичним і маркетинговим інструментарієм.

Разом з тим, цифрові технології дають змогу франчайзі отримати доступ до готових технологічних рішень, що дозволяє їм сконцентруватися на операційному управлінні, а не на створенні ІТ-інфраструктури з нуля.

Загалом, технологічна структура — це не просто набір інструментів, а стратегічний актив франчайзингової мережі. Від її ефективності залежить здатність мережі швидко реагувати на зміни ринку, впроваджувати інновації та надавати клієнтам якісний та уніфікований досвід. Також сучасна та ефективна технологічна підтримка є важливим фактором при виборі франшизи потенційними партнерами. Крім цього, дотримання стандартів та якості обслуговування, що підтримуються технологіями, зміцнюють репутацію та вартість бренду. Усе це в сукупності забезпечує здатність мережі ефективно управляти зростанням, контролювати витрати та приймати обґрунтовані стратегічні рішення на основі даних.

Висновки. Таким чином, технології відіграють вирішальну роль у розвитку франчайзингу в Україні, забезпечуючи ефективність, стандартизацію та масштабованість бізнесу. Інвестування в сучасні технологічні рішення є ключем до успішного функціонування та розширення франчайзингових мереж у сучасних умовах ринку. Незважаючи на виклики, пов'язані з впровадженням та підтримкою цифрових технологій, добре продумана та інтегрована технологічна структура є критично важливою для забезпечення конкурентних переваг, задоволеності франчайзі та клієнтів, а також для сталого розвитку та масштабування франчайзингового бізнесу.

При цьому, важливо забезпечити розробку державних та галузевих програм підтримки цифровізації малого бізнесу, що працює за моделлю франчайзингу, а також створювати платформи обміну досвідом та інноваціями.

1. Василевський І. П. Аналіз використання франчайзингу в Україні. Актуальні проблеми економіки та управління. 2020. № 46. С. 43–57.
2. Мартиненко О. О. Світовий досвід використання франчайзингу як ефективної моделі розширення бізнесу. Бізнес Інформ. 2018. № 9. С. 253–258. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_9_38.
3. Побоченко Л.М. Сучасні тенденції розвитку міжнародного франчайзингу в Україні. Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). 2017. №2. С. 138–144.
4. Hockett Robert C., Omarova Saule T., The Finance Franchise, 102 Cornell L. Rev. 1143. 2017. URL: <http://scholarship.law.cornell.edu/clr/vol102/iss5/1>.
5. Грибовська Ю., Кононенко Ж. Застосування інформаційних систем в управлінні підприємством. Економіка та суспільство. Вип. № 47. 2023. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/2171/2098/>
6. Македон, В. Управління розвитком мережових структур промислових компаній в умовах цифрової економіки. European Journal of Management Issues. № 32(3), 2024. С.195-205. URL: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssolar-97931-3>
7. Busker D. How Technology Has Made Franchising Easier for Everyone. Entrepreneur. 2024. URL: <https://www.entrepreneur.com/franchises/how-technology-has-made-franchising-easier-for-everyone/466173>.
8. Daszkowski D. Six Ways Technology Will Transform Franchise Businesses In 2020. Forbes. 2019. URL: <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2019/12/30/six-ways-technology-will-transform-franchise-businesses-in-2020/>.
9. Когут М. В., Прокопишин-Рашкевич Л. М. Стан та перспективи розвитку ринку франчайзингових послуг в Україні. Економіка та суспільство. Вип. № 51. 2023. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/2506/2425>.
10. Скібіцька Л. І., Мельник В. В. Статистичний аналіз франчайзингу в Україні як особливої форми організації бізнесу. Наукові праці НДФІ. 2021. URL: <https://er.nau.edu.ua/items/1f04f455-d000-48c8-a479-cdf02c91e4e8>.
11. Аналітика ринку франчайзингу в Україні. Franchise Group: Офіційний вебпортал. URL: <https://franchisegroup.com.ua/news/analitika-rynku-franchajzyngu-v-ukrayini/>.
12. Франшиза. Lviv Croissants: Офіційний вебсайт. URL: <https://lvivcroissants.com/ua/franchise/>.
13. Франчайзинг. Aroma Kava: Офіційний вебсайт. URL: <https://franch.aromakava.ua/>.
14. Франшиза як треба. Rozetka: Офіційний вебсайт. URL: <https://rozetka.com.ua/ua/pages/franchise/>.

-
1. Vasylevskyi I. P. Analiz vykorystannia franchaizynhu v Ukraini. Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia. 2020. № 46. S. 43–57.
 2. Martynenko O. O. Svitovyi dosvid vykorystannia franchaizynhu yak efektyvnoi modeli rozshyrennia biznesu. Biznes Inform. 2018. № 9. S. 253–258. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_9_38.
 3. Pobochenko L.M. Suchasni tendentsii rozvytku mizhnarodnoho franchaizynhu v Ukraini. Stratehiia rozvytku Ukrainy (ekonomika, sotsiologhiia, pravo). 2017. №2. S. 138–144.
 4. Hockett Robert C., Omarova Saule T., The Finance Franchise, 102 Cornell L. Rev. 1143. 2017. URL: <http://scholarship.law.cornell.edu/clr/vol102/iss5/1>.
 5. Hrybovska Yu., Kononenko Zh. Zastosuvannia informatsiinykh system v upravlinni pidpriemstvom. Ekonomika ta suspilstvo. Vyp. № 47. 2023. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/2171/2098/>
 6. Makedon, V. Upravlinnia rozvytkom mrezhevykh struktur promyslovykh kompanii v umovakh tsyfrovoy ekonomiky. European Journal of Management Issues. № 32(3), 2024. S.195-205. URL: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssolar-97931-3>
 7. Busker D. How Technology Has Made Franchising Easier for Everyone. Entrepreneur. 2024. URL: <https://www.entrepreneur.com/franchises/how-technology-has-made-franchising-easier-for-everyone/466173>.
 8. Daszkowski D. Six Ways Technology Will Transform Franchise Businesses In 2020. Forbes. 2019. URL: <https://www.forbes.com/councils/forbesbusinesscouncil/2019/12/30/six-ways-technology-will-transform-franchise-businesses-in-2020/>.

9. Kohut M. V., Prokopyshyn-Rashkevych L. M. Stan ta perspektyvy rozvytku rynku franchaizynhovykh posluh v Ukraini. *Ekonomika ta suspilstvo*. Vyp. № 51. 2023. URL: <https://economyand-society.in.ua/index.php/journal/article/view/2506/2425>.
10. Skibitska L. I., Melnyk V. V. Statystychnyi analiz franchaizynhu v Ukraini yak osoblyvoi formy orhanizatsii biznesu. *Naukovi pratsi NDFI*. 2021. URL: <https://er.nau.edu.ua/items/1f04f455-d000-48c8-a479-cdf02c91e4e8>.
11. Analitika rynku franchaizynhu v Ukraini. Franchise Group: Ofitsiyni vebportal. URL: <https://franchisegroup.com.ua/news/analitika-rynku-franchajzyngu-v-ukrayini/>.
12. Franshyza. Lviv Croissants: Ofitsiyni vebсайт. URL: <https://lvivcroissants.com/ua/franchise/>.
13. Franchaizynh. Aroma Kava: Ofitsiyni vebсайт. URL: <https://franch.aromakava.ua/>.
14. Franshyza yak treba. Rozetka: Ofitsiyni vebсайт. URL: <https://rozetka.com.ua/ua/pages/franchise/>.