

Світик С. М.,

здобувачка вищої освіти спеціальності 071 «Облік і оподаткування»,
Науковий керівник: Нашкерська Г. В., доцент кафедри обліку і аудиту
Львівський національний університет імені Івана Франка
м. Львів

ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК БІЗНЕС-МОДЕЛЬ: ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ

Франчайзинг – це така бізнес-модель, коли відома компанія (франчайзер) дозволяє іншому підприємцю (франчайзі) продавати товари чи послуги під своїм брендом [2;5]. Головна умова такої співпраці – працювати чітко за правилами головної компанії. Натомість франчайзі отримує своєрідний «готовий бізнес»: впізнаване ім'я, репутацію серед клієнтів (гудвіл), налаштований маркетинг та постійну підтримку. Сьогодні франчайзинг – це не просто спосіб швидко розширити свій бізнес, а ціла система, яка допомагає грамотно керувати грошовими потоками, оцінювати вартість та загальну ефективність роботи підприємства [4;7]. Саме тому правильний облік і аналіз таких процесів зараз такий важливий, особливо для закладів харчування, сфери послуг та торгівлі, де швидкість обороту капіталу є критичною.

Аналіз доцільності франчайзингу вимагає оцінки його переваг та недоліків [5]. Для франчайзера головний плюс – це швидке масштабування та вихід на нові ринки з мінімальними інвестиціями, а також стабільний дохід від паушальних внесків та роялті. Ризиком є лише загроза репутації через недобросовісних партнерів. Для франчайзі ключова перевага полягає у мінімізації ризиків завдяки готовій бізнес-моделі та відомому бренду. Проте він стикається з жорсткою залежністю від головної компанії, обмеженою свободою дій та постійним фінансовим навантаженням у вигляді сплати роялті.

Згідно з сучасними підходами до обліку та оподаткування франшизи у 2025 році, операції за договором комерційної концесії вимагають деталізованого підходу [6]. Нематеріальні активи (НМА), передані у користування, продовжують обліковуватися на балансі франчайзера на рахунку 12 з подальшим нарахуванням амортизації відповідно до НП(С)БО 8 [3]. Цікавим нюансом є те, що витрати на створення самої торгової марки не визнаються НМА, а включаються до витрат на збут [3;4].

Особливої уваги потребує облік паушального платежу: в обліку франчайзера він може визнаватися доходом як одноразово, так і частинами - залежно від умов укладеного договору [7]. Оподаткування цього платежу також диференціюється: для юридичних осіб на загальній системі застосовується ставка 18% податку на прибуток, а на спрощеній (3 група) - 5% від доходу [1].

Що стосується регулярних платежів, то виплата роялті у грошовій формі може не бути об'єктом оподаткування ПДВ, за умови, що вона чітко відповідає визначенню роялті згідно з пп.14.1.225 Податкового кодексу України [1;6].

З погляду бухгалтерського обліку, операції за договором комерційної концесії мають свою специфіку [2;4]. Головними фінансовими потоками тут виступають початковий внесок та роялті. В обліку франчайзі право на використання торгової марки, комерційного досвіду та інших інтелектуальних активів здебільшого відображається у складі нематеріальних активів, відповідно до норм НП(С)БО 8 «Нематеріальні активи» [3]. Амортизація таких активів здійснюється протягом строку дії договору. Роялті ж визнаються витратами того звітного періоду, у якому вони виникли, у суттєво впливають на формування фінансового результату підприємства [4;6]. Сама складність полягає у тому, що українське податкове законодавство висуває чіткі вимоги до визнання платежів як роялті, що вимагає від бухгалтера високого рівня компетенції під час документування таких операцій для уникнення податкових ризиків [1;6].

Аналітичний аспект ведення бізнесу в торгівлі потребує не меншої уваги, адже він має прямо поєднувати облік і аналіз франчайзингових платежів [7]. Комплексна оцінка ефективності франчайзингової мережі не може обмежуватися базовими метриками і повинна базуватися на таких показниках [4;8]:

1) Розрахунок чистої приведеної вартості (NPV): оскільки виплати роялті є довгостроковим зобов'язанням, дисконтування грошових потоків дозволяє визначити реальну вартість майбутніх доходів торгової точки з урахуванням вартості грошей у часі.

2) Визначення індексу прибутковості (PI): цей показник є ключовим індикатором інвестиційної привабливості, оскільки демонструє співвідношення дисконтованих грошових надходжень до обсягу початкових інвестицій (зокрема, сплаченого паушального внеску та витрат на стандартизацію приміщення).

3) Аналіз беззбитковості: дозволяє встановити мінімальний обсяг продажів для покриття змінних витрат та постійних платежів (фіксованого роялті).

Крім того, такий інвестиційно-обліковий підхід дозволяє превентивно виявляти потенційні загрози для економічної безпеки підприємства: фінансові, операційні та репутаційні ризики [5].

Підсумовуючи, можна сказати, що успіх франчайзингової бізнес-моделі залежить не лише від впізнаваності бренду, а й від якості фінансового управління. Ключову роль тут відіграє правильне відображення в обліку специфічних розрахунків - роялті та паушальних внесків. Своєю чергою, доповнення облікових даних глибоким інвестиційним аналізом, зокрема, розрахунком приведеної вартості та індексу прибутковості дає змогу приймати зважені управлінські рішення і гарантувати стабільний розвиток як окремої точки, так і всієї мережі загалом.

Список використаних джерел

1. Податковий кодекс України: Закон України від 02.12.2010 №2755-VI. Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17

2. Цивільний кодекс України: Закон України від 16.01.2003 №435-VI. Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15
3. Національне положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи» : затв. Наказом Міністерства України від 18.10.1999 №242. Режим доступу: zakon.rada.gov.ua/laws/show/z0750-99
4. Мягких І.М. Облік і аналіз операцій за договором комерційної концесії (франчайзингу). Економіка та держава. 2021. №3. С. 112-116.
5. Когут М.В., Копець Г.Р., Огінок С.В. Переваги та недоліки франчайзингової моделі бізнесу. Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка. 2024. №20. Режим доступу: tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/article/view/608
6. Франчайзинг: облік та оподаткування у 2025 році. 7eminar.ua: вебсайт. Режим доступу: 7eminar.ua/news/9933-francaizing-oblik-ta-opodatkuvannya-u-2025-roci
7. Облік і аналіз платежів за договором комерційної концесії. Електронний архів Житомирського державного університету. Режим доступу: eprints.zu.edu.ua/41971/1/5.pdf
8. Оцінка ефективності франчайзингової мережі підприємств. Вісник КНТЕУ. 2011. №5. Режим доступу: visnik.knute.edu.ua/files/2011/05/2.pdf

Славкова О. П.,
д.е.н., професор,
професор кафедри публічного управління та адміністрування
Сумський національний аграрний університет,
м. Суми

ЛЮДИНОЦЕНТРИЧНИЙ ПІДХІД У ПУБЛІЧНОМУ УПРАВЛІННІ: МЕХАНІЗМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ДЕРЖАВНИХ ТА МУНІЦИПАЛЬНИХ ПОСЛУГ

Людиноцентричний підхід у публічному управлінні формується як сучасна парадигма врядування, що передбачає переорієнтацію діяльності державних і муніципальних органів на потреби, очікування та комфорт громадянина. Він виникає у відповідь на запит суспільства на якісні, доступні й справедливі послуги, які забезпечують не лише формальне виконання державних функцій, а реальне підвищення добробуту. У центрі всіх управлінських рішень має бути людина, а саме її досвід, її час, її соціальна безпека.

Розвиток концепції орієнтації на людину в державному управлінні ускладнюється відсутністю чітких механізмів інтеграції голосу громадян у процеси прийняття рішень, а необхідність встановлення відкритих та прозорих механізмів комунікації між органами влади та громадянами має вирішальне значення для забезпечення взаєморозуміння та врахування різноманітних потреб і сприйняття населення. Зокрема, бракує ефективних інструментів зворотного зв'язку, які дозволяють громадянам впливати на адміністративні процеси та висловлювати свої пропозиції та зауваження, що призводить до відчуття ізоляції