

## МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТРАНСФОРМАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ ФРАНЧАЙЗИНГУ

©2025 ЗОЛОЧЕВСЬКИЙ О. В.

УДК 658.5:334.722  
JEL Classification: L26; L14; M11

Золочевський О. В.

### Методичне забезпечення трансформації бізнес-процесів підприємств на основі франчайзингу

Метою статті є обґрунтування та систематизація методичних аспектів трансформації бізнес-процесів підприємств на основі франчайзингу. Обґрунтовано, що в умовах посилення конкуренції, високої мінливості зовнішнього середовища та зростання вимог до ефективності управління франчайзинг доцільно розглядати не лише як форму розширення бізнесу, а як комплексний механізм трансформації внутрішніх процесів підприємства. Доведено, що специфіка франчайзингових відносин зумовлює необхідність поєднання стандартизації бізнес-процесів, визначеної франчайзером, із їх адаптацією до локальних умов функціонування франчайзі. Обґрунтовано методичні аспекти трансформації бізнес-процесів на основі франчайзингу як цілісної системи принципів, методів та інструментів ідентифікації, аналізу, реінжинірингу та оцінювання процесних змін. Запропоновано структурування методичних підходів до управління трансформацією бізнес-процесів у франчайзингових мережах з урахуванням багаторівневої системи управління та необхідності забезпечення зворотного зв'язку між учасниками мережі. Розкрито інструментарій для оцінювання ефективності трансформації бізнес-процесів, який охоплює економічні, процесні та організаційно-управлінські аспекти діяльності підприємств і забезпечує можливість коригування методичних рішень у динаміці. Встановлено, що в умовах підвищеного рівня невизначеності особливого значення набуває адаптація трансформації бізнес-процесів, яка передбачає гнучкість управлінських рішень, урахування ризиків трансформації та поведінкових чинників, а також інтеграцію цифрових інструментів управління. Доведено, що удосконалення методичного забезпечення трансформації бізнес-процесів підприємств на основі франчайзингу створює передумови для підвищення ефективності функціонування франчайзингових моделей, забезпечення їх стійкості та формування довгострокових конкурентних переваг.

**Ключові слова:** методичне забезпечення, трансформація бізнес-процесів, франчайзинг, підприємство.

**DOI:** <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2025-4-206-213>

**Рис.:** 2. **Бібл.:** 12.

**Золочевський Олександр Володимирович** – аспірант кафедри економіки та бізнес-адміністрування, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (майдан Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

**E-mail:** [zolochev.alex@ukr.net](mailto:zolochev.alex@ukr.net)

UDC 658.5:334.722  
JEL Classification: L26; L14; M11

### Zolochevskiy O. V. The Methodological Support for the of Enterprise Business Processes Based on Franchising

The aim of the article is to substantiate and systematize the methodological aspects of transforming enterprise business processes based on franchising. It is substantiated that in conditions of increased competition, high variability of the external environment, and growing demands for management efficiency, franchising should be considered not only as a form of business expansion but also as a comprehensive mechanism for transforming the internal processes of an enterprise. It is proved that the specifics of franchising relationships necessitate a combination of standardization of business processes defined by the franchiser with their adaptation to the local operating conditions of the franchisee. The methodological aspects of transforming business processes based on franchising are substantiated as an integrated system of principles, methods, and tools for identifying, analyzing, reengineering, and evaluating process changes. A framework for structuring methodological approaches to managing business process transformation in franchise networks has been proposed, taking into account a multi-level management system and the need to ensure feedback among network participants. The instruments for evaluating the effectiveness of business process transformation have been presented, covering economic, process, and organizational-management aspects of enterprise operations and enabling the adjustment of methodological solutions dynamically. It has been determined that in conditions of heightened uncertainty, the adaptation of business process transformation gains particular importance, which entails flexible management decisions, consideration of transformation risks and behavioral factors, as well as the integration of digital management tools. It has been demonstrated that improving the methodological support for the transformation of business processes in enterprises based on franchising creates the prerequisites for enhancing the efficiency of franchise models, ensuring their sustainability, and establishing long-term competitive advantages.

**Keywords:** methodological support, transformation of business process, franchising, enterprise.

**Fig.:** 2. **Bibl.:** 12.

**Zolochevskiy Oлександр V.** – Postgraduate Student of the Department of Economics and Business Administration, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

**E-mail:** [zolochev.alex@ukr.net](mailto:zolochev.alex@ukr.net)

**Вступ.** Сучасні умови функціонування підприємств характеризуються посиленням конкурентного тиску, високою мінливістю зовнішнього середовища та зростанням вимог до ефективності організації бізнес-процесів. За таких умов особливої актуальності набувають інструменти, здатні забезпечити одночасно стабільність функціонування та гнучкість управлінських рішень, що є передумовою довгострокового розвитку суб'єктів господарювання. Одним із таких інструментів виступає франчайзинг, який дедалі частіше розглядається не лише як форма розширення бізнесу, а як комплексний механізм трансформації внутрішніх процесів підприємства.

У процесі впровадження франчайзингової моделі відбувається суттєва зміна логіки організації бізнес-процесів, що зумовлено необхідністю дотримання стандартизованих вимог, регламентів і процедур, сформованих франчайзером. Водночас для вітчизняних підприємств важливого значення набуває питання адаптації цих стандартів до національних особливостей ведення бізнесу, рівня управлінської зрілості та ресурсних можливостей. У цьому контексті трансформація бізнес-процесів на основі франчайзингу потребує чіткого методичного забезпечення, яке б поєднувало уніфікацію процесів із можливістю їх гнучкого коригування відповідно до змін зовнішнього середовища.

**Аналіз останніх досліджень.** Атаманчук З. [1] та Нестерчук Н. [1] розглядають франчайзинг як ефективну форму організації бізнесу, підкреслюючи його роль у стандартизації та масштабуванні підприємницьких моделей, що створює передумови для трансформації бізнес-процесів. Васюта В. [2], Юхно В. [2], Яковлева А. [2] аналізують розвиток франчайзингу в Україні, акцентуючи увагу на інституційних та організаційно-економічних чинниках, які впливають на впровадження франчайзингових моделей у діяльність підприємств. Дем'яненко Т. [3], Яковенко І. [3] обґрунтовують реінжиніринг бізнес-процесів як інструмент управління стратегічними змінами, що формує методологічну основу для їх трансформації у різних організаційних моделях. Дон О. [4], Фрунзе Є. [4] узагальнюють світовий досвід розвитку франчайзингової діяльності та визначають напрями його адаптації до національних умов, підкреслюючи значення стандартизації управлінських і операційних процесів. Когут М. [5], Лень Є. [5] досліджують переваги та недоліки франчайзингової моделі бізнесу, звертаючи увагу на взаємозв'язок між уніфікацією бізнес-процесів і збереженням підприємницької автономії. Назаренко Н. [6] розглядає франчайзинг як модель розвитку сучасного підприємництва, акцентуючи увагу на його практичній придатності для трансформації організаційних і управлінських процесів. Назаркевич І. [7], Мицишин О. [7] аналізують фінансові моделі франчайзингу, розкриваючи механізми перерозподілу фінансових результатів між учасниками франчайзингових мереж, що впливає на ефективність трансформації бізнес-процесів. Прохорова В. [8], Юхман Я. [8], Янчак Ю. [8] досліджують управління трансформацією підприємств на основі цифрової когерентності, формуючи концептуальне підґрунтя для інтеграції процесних і цифрових змін у системі управління. Стручок Н. [9] розглядає франчайзинг у контексті антикризового управління підприємством, визначаючи його як інструмент під-

вищення стійкості бізнес-процесів в умовах невизначеності. Хаджинова О. [10], Савенчук І. [10], Хаджинова М. [10] аналізують трансформацію бізнес-процесів промислових підприємств в умовах цифровізації, акцентуючи увагу на процесному та технологічному вимірах змін. Чернобай Л. [11], Дума О. [11] досліджують інструментарій економічного оцінювання ефективності керівних систем бізнес-процесів, що є методично важливим для оцінювання результатів їх трансформації. Шкригун Ю. [12], Трушкіна Н. [12] узагальнюють зарубіжну практику цифрової трансформації бізнес-процесів, підкреслюючи роль сучасних управлінських і технологічних інструментів у підвищенні ефективності діяльності підприємств.

**Метою статті** є обґрунтування та систематизація методичних аспектів трансформації бізнес-процесів підприємств на основі франчайзингу.

**Виділення невирішеної частини проблеми.** Попри зростання наукового інтересу до проблематики франчайзингу та управління бізнес-процесами, у сучасних дослідженнях простежується фрагментарність підходів до обґрунтування механізмів їх поєднання в єдиній системі управління підприємством. Більшість наукових праць зосереджується або на окремих аспектах франчайзингових відносин, або на загальних питаннях процесного управління, не розкриваючи специфіки трансформації бізнес-процесів у межах франчайзингової моделі функціонування підприємств.

Невирішеним залишається питання формування методичного забезпечення трансформації бізнес-процесів підприємств на основі франчайзингу, яке б враховувало одночасно вимоги стандартизації, характерні для франчайзингових мереж, та необхідність адаптації цих стандартів до умов діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання. У наукових дослідженнях недостатньо обґрунтованими є підходи до оцінювання готовності бізнес-процесів підприємств до впровадження франчайзингових моделей, а також методи забезпечення узгодженості між стратегічними цілями франчайзера та операційною діяльністю франчайзі.

Крім того, відсутнім є єдиний методичний підхід до визначення інструментарію управління трансформацією бізнес-процесів у франчайзингових мережах, зокрема щодо регламентації процесів, встановлення показників результативності та організації системи контролю відповідності франчайзинговим стандартам. Недостатньо дослідженими залишаються питання інтеграції механізмів зворотного зв'язку та безперервного вдосконалення бізнес-процесів у рамках франчайзингової взаємодії, що обмежує можливість практичного застосування наявних теоретичних розробок.

**Викладення основного матеріалу.** У сучасних умовах розвитку підприємств поняття трансформації бізнес-процесів набуває особливої актуальності, оскільки воно відображає глибинні зміни в організації діяльності суб'єктів господарювання, спрямовані на забезпечення їх стійкості, адаптивності та конкурентоспроможності.

Загалом, як зазначено авторами праці [8], трансформація підприємства являє собою комплексний процес, що включає зміну стратегій, бізнес-моделей, процесів та культурних установок для адаптації до нових умов і вимог ринку.

Проте, на відміну від часткової оптимізації або вдосконалення окремих операцій, трансформація бізнес-процесів передбачає системне переосмислення логіки створення цінності, перегляд послідовності, змісту та взаємозв'язків управлінських і операційних процесів підприємства з урахуванням змін зовнішнього та внутрішнього середовища.

У наукових дослідженнях трансформація бізнес-процесів розглядається як складний багатовимірний процес, що поєднує організаційні, економічні, управлінські та технологічні зміни.

Шкригун Ю. О., Трушкіна Н. В. [12] визначають трансформацію бізнес-процесів як комплексні зміни, внаслідок яких мають бути створені нові моделі виконання роботи, здатні змінювати цілі галузі економіки.

Колектив авторів праці [10] трактує поняття «трансформація бізнес-процесів» як впровадження стратегічного підходу до управління та активне, на постійній основі, удосконалення бізнес-процесів з метою покращення їх ефективності та адаптивності до зміни зовнішнього середовища.

Проте, з позицій системного підходу трансформацію бізнес-процесів доцільно розглядати як цілеспрямований процес якісних і кількісних змін у структурі, змісті та механізмах реалізації бізнес-процесів підприємства, що забезпечує узгодження його внутрішнього потенціалу з вимогами ринкового середовища. У цьому контексті трансформація виступає інструментом адаптації підприємства до структурних зрушень в економіці, змін споживчих пріоритетів, посилення конкуренції та розвитку нових організаційних моделей ведення бізнесу.

Особливого значення трансформація бізнес-процесів набуває у випадку впровадження франчайзингових моделей, оскільки вона передбачає поєднання стандартизації процесів із необхідністю їх адаптації до локальних умов функціонування франчайзі. Саме тому економічний зміст трансформації бізнес-процесів у межах франчайзингу полягає не лише в зміні технології виконання операцій, а й у формуванні нової архітектоники управління, що забезпечує баланс між централізованим контролем та підприємницькою самостійністю.

У цьому контексті трансформацію бізнес-процесів підприємств доцільно визначити складним економічним явищем, яке відображає глибинні зміни у способах організації та управління діяльністю і виступає методологічною основою для реалізації сучасних організаційно-економічних моделей, зокрема франчайзингу.

Франчайзинг, своєю чергою, у сучасній економіці виступає однією з найбільш поширених організаційно-економічних форм ведення бізнесу, що забезпечує масштабування підприємницької діяльності на основі відтворюваних і стандартизованих бізнес-процесів. У контексті трансформації бізнес-процесів франчайзинг слід розглядати не лише як договірну форму співпраці між франчайзером і франчайзі, а як цілісну систему організації бізнесу, в межах якої відбувається структурна перебудова управлінських, операційних та комунікаційних процесів підприємства.

Васюта В., Юхно В. та Яковлева А. визначають франчайзинг як вид підприємницької діяльності, коли одна сторона (франчайзер) передає іншій стороні (франчайзі) пакет

певних документів (франшизу) на певний термін, за певну плату попередньо домовившись. Це особлива система взаємовідносин у бізнесі між особами-підприємцями. За правильного підходу франчайзинг може виступати каталізатором, що стимулює розвиток бізнесу, оскільки створює сприятливі умови для успішної роботи і відкриває нові можливості для компаній, що входять до франчайзингової мережі [2].

Назаркевич І. Б. та Мицишин О. Я. зазначають, що франчайзинг – це партнерство, де один підприємець надає право іншому використовувати свій бренд для ведення бізнесу. За це франчайзі сплачує франчайзеру початковий внесок та регулярні відрахування (рояліті) за користування відомим брендом, бізнес-моделлю та досвідом [7].

На думку Стручок Н. М., франчайзинг – це спосіб організації бізнесу, що регулює відносини між власником бізнесу (франчайзером) і франчайзі (незалежна особа чи компанія, якій передається право на використання розробленої франчайзером бізнес-стратегії) [9].

Тобто економічна сутність франчайзингу полягає у передачі апробованої бізнес-моделі, що містить сукупність взаємопов'язаних бізнес-процесів, стандартів їх реалізації, управлінських рішень і механізмів контролю. У цьому аспекті франчайзинг виступає інструментом трансформації бізнес-процесів підприємства-франчайзі, оскільки передбачає відмову від автономного формування процесної архітектури на користь впровадження уніфікованих процедур, адаптованих до конкретних умов функціонування. Така трансформація охоплює процеси постачання, виробництва, збуту, маркетингу, управління персоналом і фінансами, що дозволяє забезпечити цілісність та керованість франчайзингової мережі.

З організаційної точки зору франчайзинг формує особливу модель управління бізнес-процесами, яка поєднує централізоване стратегічне управління з децентралізованою операційною діяльністю. Франчайзер визначає стандарти, регламенти та методи реалізації ключових бізнес-процесів, тоді як франчайзі здійснює їх практичну реалізацію, адаптуючи до локальних ринкових, інституційних і соціально-економічних умов. У цьому контексті трансформація бізнес-процесів набуває двовекторного характеру: з одного боку, забезпечується уніфікація та відтворюваність процесів, з іншого – зберігається гнучкість та адаптивність на рівні окремих підприємств.

Франчайзинг як форма трансформації бізнес-процесів також передбачає зміну ролі підприємця в системі управління. Франчайзі переходить від моделі індивідуального підприємницького рішення до функціонування в межах корпоративно вибудованої процесної логіки, що знижує рівень невизначеності та операційних ризиків. Водночас для франчайзера франчайзинг стає механізмом масштабування бізнес-процесів без прямого розширення власної операційної структури, що підвищує економічну ефективність і прискорює ринкову експансію. У контексті трансформації бізнес-процесів особливе значення має здатність франчайзингової моделі забезпечувати швидке впровадження змін у межах всієї мережі. Оновлення стандартів, технологій або управлінських рішень, ініційовані франчайзером, транслуються на рівень франчайзі, що формує ефект синхронізова-

ної трансформації бізнес-процесів. Такий механізм дозволяє франчайзинговим системам оперативно реагувати на зміни ринкового середовища та підтримувати конкурентоспроможність у довгостроковій перспективі.

Отже, франчайзинг доцільно розглядати як організаційно-економічну форму трансформації бізнес-процесів підприємств, що базується на поєднанні стандартизації, адаптивності та масштабованості. Саме ця форма створює інституційні та методичні передумови для цілеспрямованої перебудови бізнес-процесів, що обґрунтовує необхідність подальшого дослідження методичного забезпечення трансформації бізнес-процесів підприємств на основі франчайзингових моделей.

Ефективна трансформація бізнес-процесів у межах франчайзингових мереж неможлива без чіткого методич-

ного підґрунтя ідентифікації, аналізу та подальшого реінжинірингу процесів, що формують основу функціонування підприємств-франчайзі (рис. 1). Специфіка франчайзингу зумовлює необхідність застосування таких методичних підходів, які дозволяють одночасно забезпечити уніфікацію ключових бізнес-процесів і зберегти можливості їх адаптації до локальних умов діяльності. Саме тому ідентифікація та аналіз бізнес-процесів у франчайзингових мережах мають здійснюватися з урахуванням багаторівневої структури управління та розподілу відповідальності між франчайзером і франчайзі.

На початковому етапі трансформації бізнес-процесів ключовим є їх ідентифікація, яка передбачає визначення складу процесів, що підлягають стандартизації або модифікації в межах франчайзингової моделі.

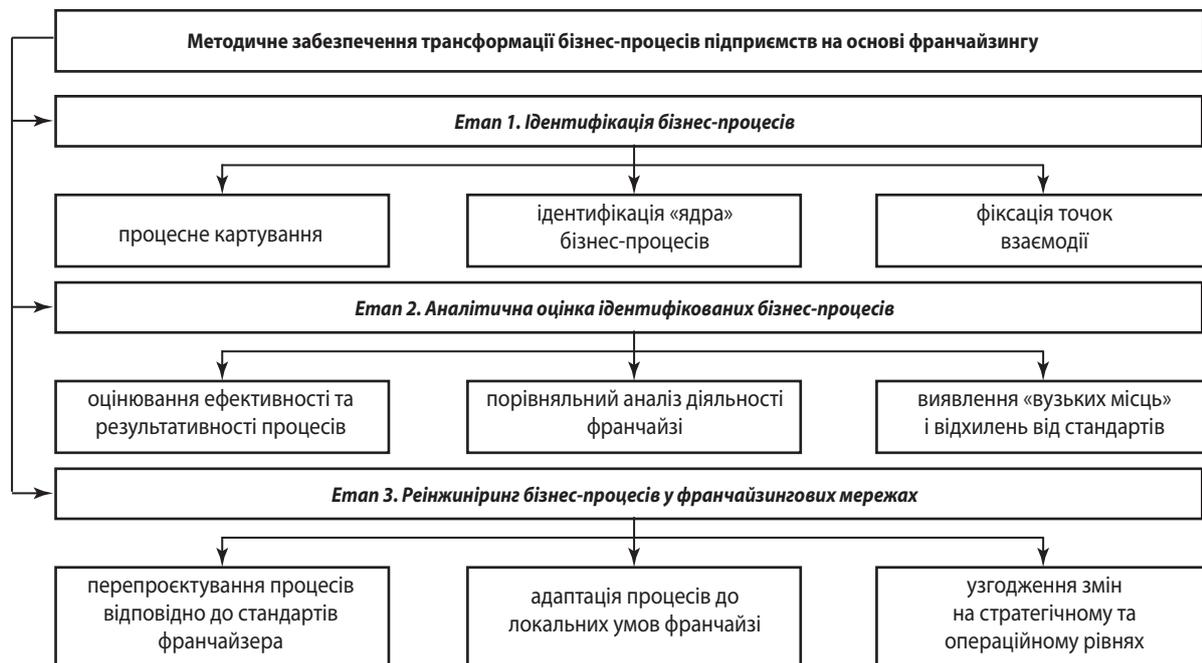


Рис. 1. Методичне забезпечення трансформації бізнес-процесів підприємств на основі франчайзингу

Джерело: узагальнено на основі [2; 7; 9]

Методично цей етап ґрунтується на процесному картуванні, що дозволяє виявити послідовність операцій, точки взаємодії між учасниками франчайзингової мережі та зони потенційних втрат ефективності. В умовах франчайзингу особлива увага приділяється ідентифікації «ядра» бізнес-процесів, яке формує унікальну ціннісну пропозицію франчайзера і має бути відтворене у незмінному вигляді, а також допоміжних процесів, що допускають варіативність реалізації.

Наступним етапом є аналітична оцінка ідентифікованих бізнес-процесів, яка спрямована на визначення їх відповідності стратегічним цілям франчайзингової мережі, економічної доцільності та організаційної ефективності. Методичні підходи до аналізу бізнес-процесів у франчайзингових мережах поєднують кількісні та якісні методи, що дозволяє комплексно оцінити результативність процесів. Аналіз охоплює оцінювання витрат, тривалості виконання операцій, якості результатів, рівня стандартизації

та ступеня адаптації до локальних умов. У цьому контексті методичне забезпечення має передбачати порівняльний аналіз показників діяльності різних франчайзі, що дозволяє виявити кращі практики та типові проблеми реалізації бізнес-процесів.

Реінжиніринг бізнес-процесів у франчайзингових мережах є логічним продовженням етапів ідентифікації та аналізу і передбачає радикальне або поступове перепроєктування процесів з метою досягнення якісно нових результатів. Методично реінжиніринг у франчайзингу орієнтований не стільки на повну зміну процесної архітектури, скільки на її адаптацію до стандартів франчайзера з урахуванням ресурсних можливостей франчайзі. Це зумовлює застосування комбінованих підходів, які поєднують елементи класичного реінжинірингу з принципами безперервного вдосконалення. Особливістю методичного підходу до реінжинірингу бізнес-процесів у франчайзингових мережах є необхідність забезпечення узгодженості змін на

різних рівнях управління. Зміни, ініційовані франчайзером, мають бути методично обґрунтованими та супроводжуватися чіткими інструкціями, навчальними матеріалами й механізмами контролю.

Водночас франчайзі залучаються до процесу реінжинірингу через надання зворотного зв'язку, що дозволяє коригувати методичні рішення та підвищувати ефективність їх практичної реалізації.

У результаті, методичне забезпечення трансформації бізнес-процесів підприємств на основі франчайзингу забезпечує відтворюваність бізнес-моделі, зниження операційних ризиків і підвищення економічної ефективності діяльності підприємств.

Оцінювання ефективності трансформації бізнес-процесів у межах франчайзингової моделі є необхідною умовою забезпечення результативності управлінських рішень та стабільного розвитку франчайзингових мереж (рис. 2).

З огляду на багаторівневу структуру франчайзингових відносин, така оцінка має виходити за межі традиційного аналізу фінансових показників і охоплювати організаційні, процесні та управлінські аспекти діяльності підприємств. У цьому контексті інструментарій оцінювання виступає складовою методичного забезпечення трансформації бізнес-процесів і забезпечує формування обґрунтованого зворотного зв'язку між франчайзером і франчайзі.



Рис. 2. Інструментарій оцінювання ефективності трансформації бізнес-процесів у межах франчайзингової моделі

Джерело: узагальнено на основі [4–6; 11]

Специфіка франчайзингової моделі зумовлює необхідність застосування комплексного підходу до оцінювання ефективності трансформаційних змін, який дозволяє врахувати як результати впровадження стандартизованих бізнес-процесів, так і ступінь їх адаптації до локальних умов функціонування. Методично це передбачає поєднання кількісних показників, що відображають економічні результати діяльності, з якісними характеристиками організації та управління бізнес-процесами. Такий підхід дозволяє уникнути одновимірної оцінки та забезпечити більш повне уявлення про ефективність трансформації.

Ключовим елементом інструментарію оцінювання є система показників, яка формується з урахуванням цілей франчайзингової мережі та характеру трансформаційних змін. У межах цієї системи доцільно оцінювати зміни в ефективності операційних бізнес-процесів, рівень дотримання стандартів франчайзера, стабільність якості продуктів і послуг, а також економічні результати діяльності франчайзі. Водночас методичне забезпечення має передба-

чати можливість порівняльного аналізу результатів різних підприємств-франчайзі, що дозволяє виявляти відхилення, ідентифікувати кращі практики та формувати рекомендації щодо подальшого вдосконалення бізнес-процесів.

Важливою складовою інструментарію оцінювання є процесний моніторинг, який забезпечує безперервне відстеження результатів трансформації бізнес-процесів у динаміці. У франчайзингових мережах процесний моніторинг дозволяє оперативно виявляти проблемні зони у реалізації стандартів, оцінювати ефективність управлінських рішень та коригувати методичні підходи до трансформації. Методично це реалізується через регулярну звітність, аудит бізнес-процесів і використання уніфікованих форм збору інформації, що забезпечує зіставність даних у межах мережі.

Інструментарій оцінювання ефективності трансформації бізнес-процесів також має враховувати поведінкові та організаційні аспекти функціонування франчайзингової моделі. Зокрема, оцінюється рівень залученості персоналу франчайзі до впровадження змін, ступінь прийняття

стандартів франчайзера та ефективність внутрішніх комунікацій у межах мережі. Включення таких параметрів до системи оцінювання дозволяє виявити приховані чинники, що впливають на результативність трансформації бізнес-процесів, і підвищує обґрунтованість управлінських рішень.

Завершальним елементом інструментарію оцінювання є використання результатів аналізу для коригування методичного забезпечення трансформації бізнес-процесів. Оцінювання ефективності у франчайзинговій моделі не повинно мати виключно контрольний характер, а повинно виступати основою для безперервного вдосконалення бізнес-процесів. У цьому контексті результати оцінювання слугують інформаційною базою для оновлення стандартів, перегляду методики навчання франчайзі та адаптації управлінських рішень до змін зовнішнього середовища.

Отже, інструментарій оцінювання ефективності трансформації бізнес-процесів у межах франчайзингової моделі є багатокомпонентною системою, що поєднує аналіз показників, процесний моніторинг та організаційну діагностику. Його застосування забезпечує не лише оцінку результатів трансформації, а й створює методичні передумови для підвищення стійкості та конкурентоспроможності франчайзингових підприємств у довгостроковій перспективі.

Сучасне функціонування підприємств, зокрема тих, що розвиваються на основі франчайзингових моделей, відбувається в умовах підвищеної економічної, інституційної та ринкової невизначеності. У таких умовах методичне забезпечення трансформації бізнес-процесів не може залишатися статичним, оскільки воно має відповідати динаміці змін зовнішнього середовища та внутрішнім особливостям розвитку франчайзингових мереж.

Саме тому адаптація методичного забезпечення трансформації бізнес-процесів набуває визначального значення для забезпечення стійкості та ефективності функціонування підприємств.

Невизначеність як характеристика середовища господарювання проявляється у нестабільності попиту, зміні регуляторних вимог, коливаннях макроекономічних показників, а також у трансформації споживчих пріоритетів і технологічних рішень. У франчайзингових системах ці фактори посилюються багаторівневістю управління та необхідністю одночасного врахування інтересів франчайзера і франчайзі. У зв'язку з цим методичне забезпечення трансформації бізнес-процесів має бути орієнтоване на гнучке реагування на зовнішні виклики без втрати цілісності франчайзингової бізнес-моделі.

Адаптація методичного забезпечення в умовах невизначеності передбачає формування механізмів варіативності управлінських рішень, що дозволяють коригувати параметри бізнес-процесів залежно від змін середовища. У методичному вимірі це означає перехід від жорстко регламентованих процедур до використання модульних підходів, які поєднують обов'язкові стандартизовані елементи з адаптивними компонентами. Такий підхід дає змогу франчайзинговим підприємствам зберігати ключові характеристики бренду та водночас оперативно змінювати окремі процеси відповідно до локальних умов.

Важливим аспектом адаптації методичного забезпечення є управління ризиками трансформації бізнес-процесів у франчайзингових мережах. Умови невизначеності підвищують імовірність виникнення операційних, фінансових і репутаційних ризиків, пов'язаних із впровадженням змін. Методичне забезпечення має включати підходи до ідентифікації таких ризиків, їх оцінювання та розроблення заходів мінімізації. У цьому контексті трансформація бізнес-процесів розглядається не як одноразовий захід, а як безперервний процес, що супроводжується постійним аналізом ризиків і коригуванням управлінських рішень.

Адаптивність методичного забезпечення трансформації бізнес-процесів також передбачає врахування поведінкових чинників, зокрема готовності франчайзі та персоналу до змін. В умовах невизначеності опір трансформаціям може посилюватися, що негативно впливає на результати впровадження методичних рішень. Тому методичне забезпечення має охоплювати інструменти комунікації, навчання та підтримки учасників франчайзингової мережі, спрямовані на формування спільного бачення цілей трансформації та підвищення рівня залученості до процесу змін.

У підсумку адаптація методичного забезпечення трансформації бізнес-процесів до умов невизначеності є ключовою передумовою ефективного функціонування франчайзингових моделей. Вона забезпечує баланс між стабільністю стандартизованих бізнес-процесів і необхідністю їх постійного оновлення, що дозволяє франчайзинговим підприємствам зберігати конкурентоспроможність та досягати стратегічних цілей розвитку навіть за умов високої мінливості зовнішнього середовища.

Подальший розвиток франчайзингових моделей господарювання зумовлює необхідність постійного удосконалення методичного забезпечення трансформації бізнес-процесів підприємств. Це пов'язано як з ускладненням структури франчайзингових мереж, так і з підвищенням вимог до ефективності управління, якості бізнес-процесів та швидкості реагування на зміни зовнішнього середовища. У цьому контексті напрями удосконалення методичного забезпечення мають бути спрямовані на підвищення його адаптивності, комплексності та орієнтації на довгостроковий розвиток франчайзингових підприємств.

Одним із ключових напрямів удосконалення методичного забезпечення є інтеграція цифрових інструментів у процес трансформації бізнес-процесів. Цифрові платформи управління, системи моніторингу та аналітики дозволяють стандартизувати методичні підходи до управління бізнес-процесами в межах франчайзингової мережі та забезпечити прозорість їх реалізації. Використання цифрових рішень створює можливості для оперативного збору та аналізу інформації, що підвищує обґрунтованість управлінських рішень і сприяє своєчасному коригуванню методичного забезпечення з урахуванням динаміки середовища функціонування.

Важливим напрямом удосконалення є методичне узгодження стандартизованих вимог франчайзера з необхідністю адаптації бізнес-процесів на рівні франчайзі. У цьому аспекті методичне забезпечення має передбачати чітке розмежування процесів, що підлягають обов'язковій

стандартизації, та процесів, у межах яких допускається варіативність управлінських рішень. Такий підхід дозволяє знизити ризики формального впровадження франчайзингових стандартів і підвищити ефективність трансформації бізнес-процесів за рахунок урахування локальних особливостей діяльності підприємств.

Удосконалення методичного забезпечення трансформації бізнес-процесів також пов'язане з розвитком системи навчання та методичної підтримки учасників франчайзингових мереж.

Крім того, важливу роль відіграє постійна підтримка та навчання франчайзі, що забезпечує стабільність і ріст франчайзингової мережі [1], адже умови постійних змін вимагають від франчайзі та персоналу високого рівня компетентності у сфері управління бізнес-процесами та готовності до впровадження нових методичних рішень. У цьому контексті методичне забезпечення має включати механізми безперервного навчання, поширення кращих практик і формування спільного методологічного простору в межах франчайзингової системи.

Окремим напрямом удосконалення є розвиток методичних підходів до оцінювання та коригування результатів трансформації бізнес-процесів. Запровадження гнучких систем оцінювання, орієнтованих на довгострокові результати та стратегічні цілі розвитку франчайзингової мережі, дозволяє підвищити ефективність управління трансформаційними змінами. Такий підхід сприяє формуванню замкненого циклу управління, у межах якого результати оцінювання стають основою для оновлення методичного забезпечення та подальшого вдосконалення бізнес-процесів.

У підсумку напрями удосконалення методичного забезпечення трансформації бізнес-процесів підприємств на основі франчайзингу мають бути спрямовані на формування гнучкої, адаптивної та інтегрованої системи управління. Реалізація зазначених напрямів дозволяє забезпечити узгодженість дій франчайзера і франчайзі, підвищити стійкість франчайзингових моделей до умов невизначеності та створити передумови для їх ефективного розвитку в довгостроковій перспективі.

**Висновки.** Отже, трансформація бізнес-процесів підприємств є складним багатоаспектним процесом, який відображає глибинні зміни в організації та управлінні діяльністю суб'єктів господарювання з метою забезпечення їх адаптивності та конкурентоспроможності в умовах нестабільного зовнішнього середовища.

Франчайзинг доцільно розглядати як ефективну організаційно-економічну форму трансформації бізнес-процесів, яка поєднує стандартизацію ключових процесів із можливістю їх адаптації до локальних умов функціонування. Саме франчайзинг створює інституційні передумови для масштабування бізнес-моделей, зниження рівня підприємницьких ризиків та синхронізації трансформаційних змін у межах франчайзингових мереж.

Методичні аспекти трансформації бізнес-процесів на основі франчайзингу мають розглядатися як комплексна система принципів, методів та інструментів, спрямованих на ідентифікацію, аналіз, реінжиніринг і оцінювання бізнес-процесів підприємств. Визначено, що ефективність такого забезпечення залежить від його здатності поєдну-

вати процесний, системний та адаптивний підходи, а також забезпечувати узгодженість стратегічних цілей франчайзера з операційною діяльністю франчайзі.

Інструментарій оцінювання ефективності трансформації бізнес-процесів у межах франчайзингової моделі має носити комплексний характер і охоплювати економічні, організаційні та управлінські аспекти діяльності підприємств. Застосування такого інструментарію дозволяє формувати обґрунтований зворотний зв'язок, своєчасно коригувати методичні рішення та забезпечувати безперервне вдосконалення бізнес-процесів у франчайзингових мережах.

Таким чином, удосконалення методичного забезпечення трансформації бізнес-процесів підприємств на основі франчайзингу сприяє підвищенню ефективності функціонування франчайзингових моделей, забезпеченню їх адаптивності до змін зовнішнього середовища та формуванню стійких конкурентних переваг.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Atamanchuk Z., Nesterchuk N. Franchising as an effective form of business organization. *SWorldJournal*. 2024. № 2 (25-02). С. 137–142.

DOI: <https://doi.org/10.30888/2663-5712.2024-25-00-038>

2. Васюта В., Юхно В., Яковлева А. Франчайзинг як форма підприємницької діяльності в Україні: реалії та перспективи. *Галицький економічний вісник*. 2024. № 3 (88). С. 159–166.

DOI: [https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2024.03](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2024.03)

3. Дем'яненко Т., Яковенко І. Реінжиніринг бізнес-процесів як сучасний метод управління стратегічними змінами на підприємстві. *Адаптивне управління: теорія і практика. Серія Економіка*. 2022. № 14 (28).

DOI: [https://doi.org/10.33296/2707-0654-14\(28\)-08](https://doi.org/10.33296/2707-0654-14(28)-08)

4. Дон О. О., Фрунзе Є. Є. Світовий досвід розвитку франчайзингової діяльності та його застосування в Україні. *Challenges and Issues of Modern Science*. 2025. Т. 4. № 2. С. 319.

DOI: <https://doi.org/10.15421/cims.4.319>

5. Когут М. М., Лень Є. Є. Переваги та недоліки франчайзингової моделі бізнесу. *Таврійський науковий вісник. Серія: Економіка*. 2025. № 22. С. 341–347.

DOI: <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.22.39>

6. Назаренко Н. М. Теоретичні та практичні аспекти франчайзингу як моделі розвитку сучасного підприємництва. *Інвестиції: практика та досвід*. 2025. № 18. С. 157–163.

DOI: <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.18.157>

7. Назаркевич І. Б., Мицишин О. Я. Фінансові моделі франчайзингу: теоретико-прикладний аспект. *Економічний вісник Дніпровської політехніки*. 2025. № 1. С. 41–47.

DOI: <https://doi.org/10.33271/ebdut/89.041>

8. Прохорова В. В., Юхман Я. В., Янчак Ю. О. Управління трансформацією підприємств на основі цифрової когерентності. *Бізнес Інформ*. 2024. № 6. С. 104–111.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-6-104-111>

9. Стручок Н. М. Особливості антикризового управління підприємством на засадах стратегії франчайзингу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2025. Вип. 55. С. 119–123.

DOI: <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2025-55-17>

10. Хаджинова О. В., Савенчук І. С., Хаджинова М. С. Трансформація бізнес-процесів промислових підприємств в умовах

цифровізації. *Центральноукраїнський науковий вісник. Економічні науки*. 2024. Вип. 11 (44). С. 126–137.

DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2024.11\(44\).126-137](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2024.11(44).126-137)

11. Чернобай Л. М., Дума О. М. Порівняльний аналіз інструментарію економічного оцінювання ефективності керівних систем бізнес-процесів підприємства. *Економічний простір*. 2024. № 190. С. 404–409.

DOI: <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-71>

12. Шкригун Ю. О., Трушкіна Н. В. Цифрова трансформація бізнес-процесів: зарубіжна практика // *Grundlagen der modernen wissenschaftlichen Forschung : III Міжнародна науково-практична конференція, 12 серпня 2022 р., Цюріх, Швейцарія*. 2022. С. 44–50.

DOI: <https://doi.org/10.36074/logos-12.08.2022.14>

## REFERENCES

Atamanchuk Z. & Nesterchuk N. (2024). Franchising as an effective form of business organization. *SWorldJournal*, 2 (25-02), 137–142. <https://doi.org/10.30888/2663-5712.2024-25-00-038>

Chernobai L. M. & Duma O. M. (2024). Porivnialnyi analiz instrumentarii ekonomichnoho otsiniuvannia efektyvnosti kerivnykh system biznes-protseviv pidpriemstva [Comparative analysis of tools for economic evaluation of the efficiency of enterprise business process management systems]. *Ekonomichnyi prostir*, 190, 404–409. <https://doi.org/10.32782/2224-6282/190-71>

Demianenko T. & Yakovenko I. (2022). Reinzhyrnykh biznes-protseviv yak suchasnyi metod upravlinnia stratezhichnymy zminamy na pidpriemstvi [Business process reengineering as a modern method of managing strategic changes at the enterprise]. *Adaptyvne upravlinnia: teoriia i praktyka. Seriya Ekonomika*, 14 (28). [https://doi.org/10.33296/2707-0654-14\(28\)-08](https://doi.org/10.33296/2707-0654-14(28)-08)

Don O. O. & Frunze Ye. Ye. (2025). Svitovyi dosvid rozvytku franchaizynhovoї diialnosti ta yoho zastosuvannia v Ukraini [World experience in the development of franchising activities and its application in Ukraine]. *Challenges and Issues of Modern Science*, 2(4), 319. <https://doi.org/10.15421/cims.4.319>

Khadzhynova O. V., Savenchuk I. S. & Khadzhynova M. S. (2024). Transformatsiia biznes-protseviv promyslovykh pidpriemstv v umovakh tsyfrovizatsii [Transformation of business processes of industrial enterprises in the conditions of digitalization]. *Tsentrallyukrainskyi naukovyi visnyk. Ekonomichni nauky*, 11 (44), 126–137. [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2024.11\(44\).126-137](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2024.11(44).126-137)

Kohut M. M. & Len Ye. Ye. (2025). Perevahy ta nedoliky franchaizynhovoї modeli biznesu [Advantages and disadvantages of the franchising business model]. *Tavriiskyi naukovyi visnyk. Seriya: Ekonomika*, 22, 341–347. <https://doi.org/10.32782/2708-0366/2024.22.39>

Nazarenko N. M. (2025). Teoretychni ta praktychni aspekty franchaizynhu yak modeli rozvytku suchasnoho pidpriemnytstva [Theoretical and practical aspects of franchising as a model for the development of modern entrepreneurship]. *Investytsii: praktyka ta dosvid*, 18, 157–163. <https://doi.org/10.32702/2306-6814.2025.18.157>

Nazarkevych I. B. & Mytshyn O. Ya. (2025). Finansovi modeli franchaizynhu: teoretyko-prykladnyi aspekt [Financial models of franchising: theoretical and applied aspect]. *Ekonomichnyi visnyk Dniprovskoi politekhniki*, 1, 41–47. <https://doi.org/10.33271/ebdud/89.041>

Prokhorova V. V., Yukhman Ya. V. & Yanchak Yu. O. (2024). Upravlinnia transformatsiieiu pidpriemstv na osnovi tsyfrovoyi koherentnosti [Management of enterprise transformation based on digital coherence]. *Biznes Inform*, 6, 104–111. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2024-6-104-111>

Shkryhun Yu. O. & Trushkina N. V. (2022, August 12). Tsyfrova transformatsiia biznes-protseviv: zarubizhna praktyka [Digital transformation of business processes: foreign practice]. *Grundlagen der modernen wissenschaftlichen Forschung: III Mizhnarodna nauково-praktychna konferentsiia, Tsiurikh, Shveysariia*, 44–50. <https://doi.org/10.36074/logos-12.08.2022.14>

Struchok N. M. (2025). Osoblyvosti antykrizovoho upravlinnia pidpriemstvom na zasadakh stratehii franchaizynhu [Features of anti-crisis management of an enterprise based on a franchising strategy]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, 55, 119–123. <https://doi.org/10.32782/2413-9971/2025-55-17>

Vasiuta V., Yukhno V. & Yakovlieva A. (2024). Franchaizynh yak forma pidpriemnytskoi diialnosti v Ukraini: realii ta perspektyvy [Franchising as a form of entrepreneurial activity in Ukraine: realities and prospects]. *Halytskyi ekonomichnyi visnyk*, 3 (88), 159–166. [https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk\\_tntu2024.03](https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu2024.03)

Стаття надійшла до редакції 15.11.2025 р.  
Статтю прийнято до публікації 29.11.2025 р.  
Оприлюднено 01.02.2026 р.