

УДК 657.471:339.187.44:640.43

JEL Classification: L 83, M 10, M 41

DOI 10.35433/ISSN2410-3748-2024-2(35)-3

Іваненко Валентина  
к.е.н., доцент, доцент кафедри  
економіки, менеджменту, маркетингу  
та готельно-ресторанної сфери  
Житомирський державний університет  
імені Івана Франка  
<https://orcid.org/0000-0003-2231-8485>

## МОДЕЛЮВАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ПЛАТЕЖІВ У РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ: ОБЛІКОВО-АНАЛІТИЧНИЙ АСПЕКТ

*У статті розглянуто франчайзинг як ефективну бізнес-модель ведення ресторанного бізнесу. Проаналізовано стан та розвиток франчайзингового ринку у світі та в Україні. Наведено переваги ведення ресторанного бізнесу на умовах франшизи. Встановлено, що можна виділити три основні варіанти розрахунку за використання франшизи: сплата лише разового паушального внеску як ціну за право приєднатися до ресторанної мережі; систематична оплата протягом дії договору у вигляді роялті за фіксованою ставкою або як певний відсоток від обороту франчайзі; комбінований платіж, який включає разову оплату на початку дії договору за підключення до фірмової мережі франчайзера та регулярні роялті протягом дії договору. Доведено, що франчайзингові платежі як для франчайзі, так і для франчайзера є об'єктами бухгалтерського обліку, а для франчайзі – основними витратами, що формують базу оподаткування. Наведено пропозиції щодо методики обліку франчайзингових платежів у франчайзі в залежності від того відома чи ні вартість франшизи та від способу здійснення франчайзингових платежів. Ідентифіковано варіанти моменту сплати франчайзингових платежів (на початку дії договору, періодично протягом дії договору та в кінці дії договору), які по-різному впливають на бухгалтерський облік операцій франчайзингу, а також на формування бази оподаткування, що дозволяє спрогнозувати результат прийнятого рішення у перспективі. Для того, щоб визначити, який вплив на об'єкт оподаткування та бухгалтерський облік здійснюють франчайзингові платежі, змодельовано їх облік, взявши до уваги такі фактори, як інформація про фіксацію вартості франшизи та спосіб сплати паушального внеску. Наведено зведені результати моделювання впливу співвідношень факторів на податкове навантаження та економічні показники діяльності франчайзі з урахуванням фактору часу.*

**Ключові слова:** франчайзинг, франшиза, франчайзер, франчайзі, паушальний платіж, роялті, ресторанний бізнес, бухгалтерський облік

## MODELING OF FRANCHISE PAYMENTS IN THE RESTAURANT BUSINESS: ACCOUNTING AND ANALYTICAL ASPECT

*The article discusses franchising as an effective business model of restaurant business. The state and development of the franchise market in the world and in Ukraine is analyzed. The advantages of running a restaurant business under franchise conditions are given. It has been established that three main options for calculating the use of a franchise can be distinguished: payment of only a one-time*

*lump sum as the price for the right to join the restaurant chain; systematic payment during the term of the contract in the form of a royalty at a fixed rate or as a certain percentage of the franchisee's turnover; combined payment, which includes a one-time payment at the beginning of the contract for connecting to the franchisor's corporate network and regular royalties during the contract period. It has been proven that franchise payments for both the franchisee and the franchisor are accounting objects, and for the franchisee they are the main expenses that form the tax base. Proposals are made regarding the method of accounting for franchise payments in the franchisee, depending on whether the cost of the franchise is known or not and on the method of making franchise payments. Variants of the moment of payment of franchise payments have been identified (at the beginning of the contract, periodically during the contract and at the end of the contract), which have different effects on the accounting of franchising operations, as well as on the formation of the tax base, which makes it possible to predict the outcome of the decision in the future. In order to determine the impact of franchise payments on taxation and accounting, their accounting was modeled, taking into account such factors as information on the fixation of the franchise value and the method of payment of the lump sum. Summarized results of modeling the influence of factor ratios on the tax burden and economic indicators of the franchisee's activity are given, taking into account the time factor.*

**Keywords:** *franchising, franchise, franchisor, franchisee, lump sum, royalty, restaurant business, accounting*

**Постановка проблеми.** Більшість підприємців, починаючи власний бізнес, зіштовхуються з низкою проблем, таких, наприклад, як: складний доступ до кредитних ресурсів, недостатність знань, навичок та досвіду здійснення підприємницької діяльності в конкурентному середовищі, труднощі з пошуком надійних ділових партнерів, отримання повної та достовірної інформації про стані та кон'юнктури ринку, високі ціни на якісну рекламу, недовіру споживачів до якості продукції та нової торгової марки тощо. Однак, як свідчить міжнародний досвід, ці ризики можна мінімізувати, розпочавши бізнес вже під відомою торговою маркою, і, разом з цим, запозичити успішну на ринку модель ведення бізнесу та секрети виробництва (ноу-хау). Зробити це дозволяє франчайзинг [1].

Франчайзинг є однією з найуспішніших та прогресивних бізнес-моделей, яка давно і ефективно працює у світі та є каталізатором розвитку і масштабування малого і середнього бізнесу. На сьогодні, франчайзинг може стати інструментом розвитку будь-якого бізнесу. Міжнародна асоціація франчайзингу виділяє 70 сфер діяльності, у яких доцільно використовувати франчайзингові технології (ресторани, особисті послуги, готелі, торгівля, будівництво, освіта, медицина, пральні, фотостудії, ріелторські компанії, послуги з працевлаштування, туризм та розваги, авторемонт, прокат спеціального

устаткування, консалтинг, послуги з догляду за тваринами та багато інших).

За даними Міжнародної асоціації франчайзингу, ринок франчайзингу в світі зростає зі швидкістю 5-6 % щорічно і оцінюється в понад \$ 3 трлн. Зокрема, більше 80 % компаній у США використовують модель франчайзингу для розширення своїх бізнесів [2]. При цьому, основою всієї індустрії франчайзингу є продовольчі франшизи сфери громадського харчування, на які припадає близько 30 % загального числа франчайзингових підприємств у США та майже 60 % прямої зайнятості у сфері франчайзингу [3].

У Звіті про економічні перспективи франчайзингу на 2023 рік, підготовленим незалежною організацією маркетингових досліджень FRANDdata та опублікованим на початку квітня 2023 року Міжнародною асоціацією франчайзингу, прогнозувалося, що у 2023 році в США ресторани швидкого обслуговування (QSR) та персональні послуги лідируватимуть у зростанні виробництва. Крім того, за прогнозами, випуск QSR, сектору швидкого харчування, зросте в 2023 році приблизно на 5,1 %, а зайнятість QSR зросте на 3,5 % до загальної кількості приблизно 3,9 мільйона працівників. Очікується, що QSR становитимуть 45,3 % усіх франчайзингових працівників цього року [4]. У першій 20-ці рейтингу «100 найкращих глобальних франшиз» від Franchise Direct 25 % займають франшизи ресторанного бізнесу, при цьому, у першій десятці перше, четверте і п'яте місця посіли франшизи сфери «fast food» [5].

Згідно каталогу Franchise Group, у 2019 році серед 500 самих успішних мереж підприємств готельно-ресторанного бізнесу Європи, діючих на засадах договору франчайзингу, 12,4 % складала готельно-ресторанної сфери, з них 9,0 % – мережі ресторанного бізнесу. Згідно рейтингу німецької компанії Statista GmbH лідерами франчайзингових мереж Європи станом на липень 2019 року були мережі ресторанного бізнесу (80% – американські компанії) [6, с. 95-96]. У 2022-2023 рр. «food franchises» продовжують лідирувати і займати значну питому вагу в європейських рейтингах «Top 100 Franchises».

В Україні бізнес-технології франчайзингу тільки починають набирати

обертів, але активно розвиваються, не дивлячись на пандемію корона вірусу та повномасштабне вторгнення росії.

Восени 2023 року аналітики MOST Franchising провели невелике опитування учасників галузі. Згідно з цим дослідженням в Україні кількість запитів на купівлю франшизи у 2023 році зросла, порівняно з показниками 2022 р. та навіть 2021 р. При цьому, за оцінками MOST Franchising, потенційні франчайзи зацікавлені у запуску таких видів бізнесів: кав'ярні та галузь громадського харчування; сфера рітейлу, зокрема продуктового; сектор освіти; напрямок медицини та медичних лабораторій [7].

Більшість потенційних покупців ресторанного бізнесу в Україні орієнтуються на невеликі бюджети – 80% розраховують інвестицію близько \$ 20 тис. При такому бюджеті реально купити франшизу кафе або кав'ярні – франшиза мережі «Форнетті» складає \$ 5,7 тис., кав'ярні «Арома Кава» – \$ 6,3 тис., Bricks - \$ 10,5 тис., «Суші Wok» – \$ 18,5 тис., «Крила» – \$ 17 тис. і т.д. Вартість ресторанних франшиз значно вище: мережа ресторанів «Мафія» пропонує свою франшизу за \$ 450 тис., «Жовток» – за \$ 320 тис., «Шоколадниця» – за \$ 217 тис., «Львівська майстерня шоколаду» – за \$ 80 тис. Близько \$ 1 млн. коштує франшиза великої світової мережі кав'ярень Starbucks [8].

Основою франчайзингових відносин є договір франчайзингу, де прописуються всі умови співпраці. І невід'ємним елементом такого договору є узгодження форм оплати. У світовій практиці розрізняють два основних платежі за користування франшизою: паушальний платіж (разовий вступний внесок за право приєднатися до мережі та використання відомого бренду) та роялті (періодичні відрахування протягом дії договору). Звичайно, можуть бути й інші платежі, передбачені договором, зокрема, плата за маркетингові та інші послуги. Вочевидь, кожен з учасників франчайзингових відносин обирає для себе вигідні умови та форми оплати.

Наприклад, у «Мафії» вступний внесок складає 25 тисяч євро (очікуваний період окупності – 24 місяці), але регулярних відрахувань немає. Така ж схема в

«Жовтку» - \$ 20-30 тис. вступного внеску і повна відсутність роялті. В «Арома Каві» доведеться заплатити вступний внесок в 50 тис. грн. при заявленому терміну окупності від 6 місяців та при нульовому роялті. У «Суші Wok» потрібно віддати \$ 3,5-8,5 тис. вступного внеску (з франшизи за \$ 18,5 тис.) та 2,5 % від місячної виручки в якості роялті. У FreshLine – \$ 5 тисяч, тобто до 10 % від вартості франшизи, потрібно віддати в якості вступного внеску та 4 % – роялті від щомісячної виручки [8].

Правильне визначення суми франчайзингових платежів є важливим для діяльності франчайзі, адже, крім них, він сплачує й інші платежі, що не можуть визнаватися в складі роялті (наприклад, відрахування у загальний фонд реклами). Важливість даного процесу перш за все пов'язана з правильним віднесенням витрат для цілей оподаткування, що може бути підставою для нарахування штрафних санкцій. Очевидно, що ефективна реалізація франчайзингових відносин неможлива без достатнього обсягу інформації, основним джерелом якої є система бухгалтерського обліку. У зв'язку з цим виникає необхідність вивчення методики облікового відображення франчайзингових платежів з метою визначення напрямів її удосконалення.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання сутності франчайзингу, його значення, інноваційності, особливостей механізму, оцінки ефективності, правового регулювання, застосування у різних сферах діяльності є об'єктом дослідження закордонних науковців вже багато років, але з початком використання франчайзингу у вітчизняній економіці суттєво зріс інтерес до даної проблематики і в українських науковців. Так, за останні роки коло вітчизняних науковців, які досліджували проблеми ведення бізнесу, у т.ч. ресторанного, на основі франчайзингу значно зросло, зокрема, зазначені питання піднімалися в працях таких науковців, як Бакало Н.В., Вертелецька О.М., Вовчанська О.М., Глебова А.О., Григоренко Т.М., Дригола К.В., Іванова Л.О., Козуб В.О., Кулак Н.В., Мазуркевич І.О., Маховка В.М., Мурована Л.В., Ставерська Т.О., Черниш І.В., Якимчук О.Ю. та багатьох інших [9-15]. При цьому, проблематика

бухгалтерського обліку франчайзингових операцій не набула значного розголосу і піднімалася у працях Височана О.С., Климко Т.Ю., Кравчук Н.В., Макарович В.К., Серпенінової Ю.С., Цюцяка А.Л. та ін. [16-19]. Однак, враховуючи вагомий внесок вказаних науковців, все ще недостатньо повно розкрито питання обліково-аналітичного забезпечення моделювання франчайзингових платежів в управлінні ресторанним бізнесом.

**Мета статті** дослідити особливості обліково-аналітичного забезпечення моделювання франчайзингових платежів в управлінні ресторанним бізнесом.

**Виклад основного матеріалу.** Експерти ресторанного бізнесу стверджують, що люди їли, їдять і будуть їсти. Тому ресторанний бізнес – це саме та індустрія, яка тримається на ринку досить давно і буде присутня ще величезну кількість років [20]. При цьому, виклики повномасштабної війни не стали на заваді українському ресторанному бізнесу. Попри те, що сфера не була готова до повномасштабної війни, вже зараз значна частина підприємств трансформується та виходить на нові ринки [21]. А різноманітність концепцій різних закладів дозволяє кожному гравцю знайти свою аудиторію, особливо виграє «швидке харчування» та кав'ярні.

У сучасних українських реаліях воєнного стану досить складно розпочати ресторанний бізнес так, щоб зробити свій заклад затребуваним, рентабельним та уникнути банкрутства. Тому для рестораторів-початківців використання перевіреної франшизи з робочими схемами є набагато привабливішим шляхом, ніж розкручування з нуля ще непопулярного закладу без імені.

Франчайзингова модель дозволяє отримати бізнес з бекграундом, об'єднати досвід та професіоналізм франчайзера, його інтелектуальні напрацювання та виробничий потенціал з підприємницькою енергією, фінансами та контролем за власним бізнесом франчайзі. При цьому франчайзер продумує кожен крок у бізнес-моделі: ретельно підбирає обладнання, думає, як краще використати кожен сантиметр площі, а також проведе дослідження ринку, локації, підбере приміщення, набере та навчить персонал, розрахує інвестиції та окупність. Можна

відкрити чудовий авторський ресторан, але без маркетингового супроводу буде важко заявляти про себе. До того ж відпадає проблема постійно розробляти асортиментну та цінову політику, вигадувати сезонні та локальні оновлення.

В Україні всі основні моменти франчайзингових відносин регулює спеціальний договір комерційної концесії, відповідно до умов якого можуть бути різні схеми виплати франчайзингових платежів (рис. 1).



Рис. 1. Можливі варіанти сплати винагороди за використання франшизи

Загалом, можна виділити три основні варіанти оплати за отриману франшизу:

- разовий паушальний внесок (ціна за право приєднатися до ресторанної мережі, плата за використання торгової марки) на початку дії договору (або на іншу дату);

- роялті – поточні відрахування протягом дії договору за фіксованою ставкою або як певний відсоток від обороту франчайзі (як правило, становить від 2 до 7 % обсягу продажу закладу);

- один певний платіж на початку дії договору (за підключення до фірмової мережі франчайзера) плюс регулярний потік роялті до закінчення його терміну.

Зазвичай в ресторанному бізнесі використовують комбінований платіж, який передбачає паушальний внесок та виплату роялті.

Франчайзингові платежі як для франчайзі, так і для франчайзера є об'єктами бухгалтерського обліку, поряд з цим для франчайзі франчайзингові платежі є основними витратами по франчайзинговій діяльності. Правомірне відображення в обліку франчайзингових платежів, що сплачує франчайзі, необхідне для формування достовірної інформації про витрати франчайзі, що в свою чергу здійснює безпосередній вплив на формування достовірного фінансового результату і як наслідок бази оподаткування податком на прибуток.

У зв'язку з тим, що методика обліку франчайзингових платежів відсутня, нами здійснено пропозиції в її формуванні, залежно від вартості франшизи, що наведено в табл. 1.

Таблиця 1

## Бухгалтерський облік франчайзингових платежів

<i>Спосіб здійснення франчайзингових платежів</i>	<i>Вартість франшизи відома (відображається в складі нематеріальних активів)</i>	<i>Вартість франшизи не відома (не відображається в складі нематеріальних активів)</i>
Паушальний платіж	Є фіксованою сумою та відображає вартість франшизи Дт 55 Кт 611 Дт 611 Кт 311	Відображається в складі витрат майбутніх періодів, з періодичним списанням на витрати періоду протягом терміну дії франшизи Дт 39 Кт 685
Роялті	Є фіксованою сумою, або % від виручки, вартість франшизи списується окремо Дт 949 Кт 685	Роялті встановлюється у відсотку від виручки та відображається в складі інших операційних витрат Дт 949 Кт 685
Паушальний платіж та роялті	Паушальний платіж є фіксованою сумою та відображає вартість франшизи. Дт 55 Кт 611 Дт 611 Кт 311 Роялті встановлюється у відсотку від виручки та відображається в складі інших операційних витрат Дт 949 Кт 685	Відображається в складі витрат майбутніх періодів, з періодичним списанням на витрати періоду протягом терміну дії франшизи Дт 39 Кт 685 Роялті встановлюється у відсотку від виручки та відображається в складі інших операційних витрат Дт 949 Кт 685

Таким чином, в залежності від того, чи відома вартість франшизи та від способу здійснення франчайзингових платежів відбувається різні облікові записи. Така ситуація спричинена особливістю сплати паушального внеску та



роялті, що впливає на об'єкт оподаткування.

Розглянемо кожен випадок запропонованої методики обліку сплати франчайзингових платежів окремо.

Якщо договором передбачено сплата лише паушального внеску, то при відомій вартості франшизи, він вважається не як додаткова плата франчайзеру за надану концепцію бізнесу, а як плата за вартість франшизи, яка в подальшому не знаходить своє відображення в складі витрат франчайзі.

Якщо договором передбачено виплату лише роялті, то при оплаті основної частини вартості франшизи, матиме місце й виплата роялті, як додаткова плата за надану франшизу. Роялті може мати встановлену в договорі фіксовану суму, або обчислюватися у відсотках від бази, яку обере франчайзер. Відповідно роялті відноситься до витрат франчайзі в складі інших операційних. Плата за вартість франшизи в даному випадку здійснюється періодично.

Якщо ж передбачений комбінований спосіб виплати франчайзингових платежів, то паушальний платіж відображає частину основної вартості франшизи, яку необхідно сплатити одразу, а роялті є додатковою платою за її користування.

При умовах договору, коли вартість франшизи є невідомою, доцільно паушальний платіж відобразити як витрати звітного періоду. Адже, він має одноразовий характер, що здійснюється в одному звітному періоді, але відноситься до всього періоду дії франчайзингового договору. Тому доцільним є періодичне віднесення такої суми на витрати періоду (інші операційні витрати), що матиме податкову перевагу. Суму роялті слід відображати у складі інших операційних витрат, як при франшизі вартість якої відома.

Таким чином, встановлено, що порядок обліку франчайзингових платежів залежить від умов договору, де визначається спосіб їх здійснення. Безумовно, необхідно приділяти велику увагу при встановленні умов даного пункту, адже франчайзингові платежі для франчайзі є основними витратами, що формують базу оподаткування. В результаті наведена методика обліку франчайзингових платежів як одноразових, так і періодичних дозволить достовірно формувати

інформацію на рахунках бухгалтерського обліку щодо витрат, які здійснює франчайзі, що стосуються плати за користування франшизою і відповідно достовірно формувати інформацію про отриманий фінансовий результат від здійснення франчайзингової діяльності.

Спосіб виплати франчайзингових платежів належить до диспозитивних норм, що забезпечує можливість вільного вибору оптимальних умов їх сплати для суб'єктів господарювання. Варіативність даної ситуації полягає у визначенні моменту їх сплати: на початку дії договору, періодично протягом дії договору та в кінці дії договору. Відповідно кожен з варіантів по різному впливатиме на бухгалтерський облік операцій франчайзингу, а також на формування бази оподаткування, що дозволяє спрогнозувати результат прийнятого рішення у перспективі.

Для того, щоб визначити, який вплив на об'єкт оподаткування та бухгалтерський облік здійснюють франчайзингові платежі, змодельємо їх облік, взявши до уваги такі фактори: інформація про фіксацію вартості франшизи та спосіб сплати паушального внеску, який за своєю природою має одноразовий характер виплат на початку дії договору, але за згодою сторін за рахунок диспозитивності даної норми у вітчизняному законодавстві, порядок його виплати може бути змінений.

Кожен із вказаних факторів впливає на відображення понесених витрат в бухгалтерському обліку та ведення обліку податкових розрахунків (табл. 2).

Таблиця 2

Співвідношення факторів, що впливають на бухгалтерський облік та процес оподаткування

<i>Вартість франшизи</i>	<i>Паушальний платіж(момент сплати)</i>		
	<i>На початку дії договору</i>	<i>Періодично, протягом всього терміну дії договору</i>	<i>В кінці дії договору</i>
Франшиза зафіксована у договорі	Варіант 1	Варіант 2	Варіант 3
Вартість франшизи у договорі чітко не визначена	Варіант 4	Варіант 5	Варіант 6

Детальніше розглянемо результативність варіантів співвідношення визначених факторів для франчайзі.

Припустимо, що між закладами ресторанного бізнесу укладено договір комерційної концесії, за яким ресторан «А» передає ресторану «Б» франшизу, строком використання 3 роки. Договором комерційної концесії передбачено:

- варіант 1: вартість франшизи – 100000 грн. (крім того ПДВ), сума паушального платежу – 30000 грн., спосіб оплати якого: авансовий платіж на початку дії договору;

- варіант 2: вартість франшизи – 100000 грн. (крім того ПДВ), сума паушального платежу – 30000 грн., спосіб оплати якого: щорічно рівномірними частинами протягом всього терміну дії договору;

- варіант 3: вартість франшизи – 100000 грн. (крім того ПДВ), сума паушального платежу – 30000 грн., спосіб оплати: в кінці дії договору на всю суму;

- варіант 4: вартість франшизи в договорі чітко не визначено, сума паушального платежу 30000 грн., спосіб оплати якого: авансовий платіж на початку дії договору;

- варіант 5: вартість франшизи в договорі чітко не визначено, сума паушального платежу – 30000 грн., спосіб оплати якого: щорічно рівномірними частинами протягом всього терміну дії договору;

- варіант 6: вартість франшизи в договорі чітко не визначено, сума паушального платежу – 30000 грн., спосіб оплати: в кінці дії договору на всю суму.

Визначимо, яка варіація наведених варіантів відображається у системі бухгалтерського обліку (табл. 3).

Таким чином, за рахунок варіативності співвідношень умов договору в системі бухгалтерського обліку спостерігається вплив на податкове навантаження, в частині виділеного податкового кредиту та сумі витрат, спрямованих на зменшення бази оподаткування.

Таблиця 3

Порядок відображення співвідношень умов договору в бухгалтерському обліку та згідно податкових розрахунків

Зміст господарської операції	Кореспондуючі рахунки		Для цілей оподаткування		ПДВ	
	Д-т	К-т	В	Д	ПК	ПЗ
<i>Варіант 1</i>						
Перераховано грошові кошти в рахунок сплати паушального платежу	372	311				
Оприбутковано франшизу	128	551				
Відображено податковий кредит з ПДВ	641	551			+	
Переведено частину довгострокових зобов'язань до складу короткострокових	551	611				
Проведено взаємозалік заборгованостей	611	372				
<i>Варіант 2</i>						
Оприбутковано франшизу	128	551				
Відображено податковий кредит з ПДВ	641	551			+	
Переведено частину довгострокових зобов'язань до складу короткострокових з метою сплати паушального внеску*	551	611				
Сплачено паушальний платіж франчайзеру*	611	311				
*кореспонденції повторюються періодично протягом дії договору						
<i>Варіант 3</i>						
Оприбутковано франшизу	128	551				
Відображено податковий кредит з ПДВ	641	551			+	
<i>Кінець строку дії договору</i>						
Переведено частину довгострокових зобов'язань до складу короткострокових з метою сплати паушального внеску	551	611				
Сплачено паушальний платіж франчайзеру	611	311				
<i>Варіант 4</i>						
Нараховано паушальний платіж	39	685				
Сплачено паушальний платіж	685	311				
Списано на витрати періоду суму нарахованого паушального платежу*	949	39	+			
*кореспонденція повторюються протягом терміну дії договору						
<i>Варіант 5</i>						
Нараховано паушальний платіж*	949	685	+			
Сплачено паушальний платіж*	685	311				
*кореспонденція повторюються протягом терміну дії договору						
<i>Варіант 6</i>						
Нараховано паушальний платіж	949	685	+			
Сплачено паушальний платіж	685	311				

Зведені результати моделювання представлено в табл. 4, в якій наведено результати впливу співвідношень факторів на податкове навантаження та економічні показники діяльності франчайзі з урахуванням фактору часу.

Детальніше розглянемо кожен виділений варіант.

**Варіант 1.** Результатом сплати авансового платежу у франчайзі є виникнення дебіторської заборгованості, що може зумовити невпевненість у її погашенні. Тобто, описаний варіант співвідношення факторів для франчайзі є не зовсім прийнятний. В сфері оподаткування перерахунок паушального платежу авансовим способом при відомій вартості франшизи не призводить до виникнення витрат для цілей оподаткування та не є об'єктом оподаткування ПДВ.

Таблиця 4

Зведені результати моделювання співвідношення умов договору  
комерційної концесії

Співвідношення умов договору	Витрати для цілей оподаткування			Податковий кредит		
	1 рік	2 рік	3 рік	1 рік	2 рік	3 рік
Варіант 1	-	-	-	20000	-	-
Варіант 2	-	-	-	20000	-	-
Варіант 3	-	-	-	20000	-	-
Варіант 4	10000	10000	10000	-	-	-
Варіант 5	10000	10000	10000	-	-	-
Варіант 6	-	-	30000	-	-	-
Співвідношення умов договору	Вибуття грошових коштів			Економічні показники		
	1 рік	2 рік	3 рік	Ліквідності	Платоспроможності	Майнового стану
Варіант 1	30000	-	-	↓*	↓*	↑
Варіант 2	10000	10000	10000	↓	↓	↑
Варіант 3	-	-	30000	↓***	↓***	↑
Варіант 4	30000	-	-	↓*	↓*	-
Варіант 5	10000	10000	10000	↓	↓	-
Варіант 6	-	-	30000	↓***	↓***	-

Зокрема, перевагою у визначені вартості франшизи при оприбуткуванні є належність права на податковий кредит з цієї вартості, що зменшує суму податкового зобов'язання. Відповідно, зменшення грошових коштів покривається за рахунок податкового кредиту, у зв'язку з чим не виникає

дефіциту коштів для сплати податку. За умовами прикладу покриття відбулося лише на 20000 грн, що свідчить про недостачу грошових коштів для сплати податку в 10000 грн. Негативний вплив даного варіанту має місце і в системі економічних показників діяльності франчайзі, адже з господарського обороту вилучаються грошові кошти без відповідного надходження активів. Особливо, коли дана ситуація стосується різних звітних періодів, адже вилучені кошти можна було б використати в інших господарських цілях. Зокрема, вилучення грошових коштів впливає на зниження показників ліквідності та платоспроможності в тому періоді, коли вони були здійсненні. Отже, розглянутий варіант співвідношення визначених факторів, зазначених умовами договору, є неприйнятний для франчайзі.

**Варіант 2.** Даний варіант характеризує помірне навантаження в сплаті грошових коштів франчайзеру за рахунок паушального платежу. Відповідно, франшиза уже оприбуткована, а оплата за неї ще не відбулась. Це призводить до можливості отримання франчайзі додаткових економічних вигід, за рахунок яких він і буде здійснювати періодичні платежі. Зокрема, отримано право на податковий кредит, що оптимізує податкове навантаження підприємства, та в першому році дозволяє зекономити грошові кошти при сплаті податкового зобов'язання, що дає можливість їх використання в наступному році. При цьому, не передбачається навантаження на виплату грошових коштів, адже сума його ділиться на весь період дії договору та становить не значну частину, яка сплачується періодично. Показник майнового стану збільшується. Відповідно, розглянутий варіант позитивно впливає на діяльність франчайзі.

**Варіант 3.** Варіант сплати паушального платежу в кінці строку дії договору є досить суперечливим, так як містить позитивні, так і негативні моменти. Позитивним в даному випадку є те, що протягом всього строку дії договору у франчайзі були в розпорядженні грошові кошти, які могли б бути сплачені франчайзеру як паушальний платіж. Це надає додаткові можливості в альтернативному їх застосуванні задля отримання додаткових економічних

вигід. При цьому, за рахунок наявності грошових коштів зберігають стабільність показники ліквідності та платоспроможності. Позитивна тенденція даного варіанту зберігається в першому звітному періоді, оскільки за рахунок податкового кредиту та наявних грошових коштів у франчайзі спостерігається податкова оптимізація.

Натомість сплата паушального платежу в кінці дії договору призводить до вибуття значної частини грошових коштів без наявності податкових стимулів, адже він не є об'єктом оподаткування ПДВ, впливаючи в цьому періоді на економічні показники. Тому, результативність даного варіанту для франчайзі залежить від ефективності та прибутковості діяльності протягом всього терміну дії договору, коли виплата паушального платежу не буде обтяжливою для закладу.

**Варіант 4.** Відповідно до укладених умов договору не визначена вартість переданої франшизи, що не дає підстави для її відображення в обліку, сплата паушального платежу в даному випадку передбачається на початку дії договору. Методика обліку даного етапу є іншою, з іншими наслідками для цілей оподаткування.

У даному варіанті не виникає податкового кредиту, так як вартість франшизи не визначена та немає місця її оприбуткування, що є об'єктом ПДВ. Тому, при використанні даного варіанту та варіантів з невизначеною вартістю франшизи зменшення податкового зобов'язання за рахунок податкового кредиту здійснюватись не буде. Саме так і відрізняються наслідки оподаткування за умов визначеної та невизначеної в договорі вартості франшизи. Зокрема, має місце вибуття грошових коштів для сплати паушального платежу, але без виникнення дебіторської заборгованості, що в подальшому не призводить до оприбуткування активу, впливаючи тим самим на показники майнового стану. При цьому, дана сплата відображається у складі витрат майбутнього періоду, що дозволяє періодично списувати здійснені витрати на витрати звітного періоду, тим самим оптимізуючи процес

оподаткування, так як сума паушального платежу згідно норм Податкового кодексу України зменшує базу оподаткування податком на прибуток. Також виникнення витрат в бухгалтерському обліку, пов'язаних зі сплатою паушального платежу, входять до складу інших операційних витрат, що зменшує фінансовий результат від операційної діяльності, впливаючи на показники рентабельності операційної діяльності франчайзі (стосується 5, 6 варіантів). Тому, даний варіант для франчайзі спрямований лише на оптимізацію процесу оподаткування.

**Варіант 5.** Вартість франшизи не відома, паушальний платіж сплачується протягом терміну дії договору.

Зазначений варіант передбачає періодичну сплату паушального платежу з віднесенням його на витрати періоду, що зменшує базу оподаткування, тобто вибуття коштів супроводжується постійним зменшенням бази оподаткування. При цьому, права на використання об'єктів інтелектуальної власності франчайзі отримав, але не відображає їх на балансі, чим зменшує оцінку ефективності майнового стану. Позитивним в даному варіанті є те, що франчайзі за рахунок використання прав інтелектуальної власності забезпечує себе економічними вигодами, за рахунок чого й сплачує франчайзинговий платіж. Тобто, дефіцит коштів у даному випадку не передбачається.

**Варіант 6.** Вартість франшизи не відома, паушальний платіж сплачується в кінці строку дії договору.

Зазначений варіант, який передбачає виплату паушального платежу в кінці строку дії договору, впливає на процес оподаткування лише в період його сплати, адже його сума зменшує об'єкт оподаткування. Даний варіант є не зовсім прийнятний для франчайзі, тому що втрачається можливість оптимізації оподаткування протягом всього терміну дії договору. Також передбачається значне вилучення грошових коштів у момент сплати платежу, що зумовлює навантаження для франчайзі. Позитивним для даного варіанту є можливість альтернативного застосування вільних коштів протягом дії договору для



отримання економічних вигід.

**Висновки.** Розглянувши співвідношення умов договору комерційної концесії, а саме умови сплати паушального платежу та фіксації вартості франшизи в договорі, визначено, що залежно від варіативності їх встановлення франчайзі отримує різні результати своєї діяльності. Відповідно до цього, франчайзі, обираючи оптимальні умови договору, має змогу здійснювати планування податкових платежів для отримання бажаних результатів своєї діяльності, а також прогнозувати відповідні економічні показники. Результат здійсненого моделювання не дає підстави стверджувати про єдиний оптимальний варіант для франчайзі, адже сприятливому податковому навантаженню може відповідати зниження рівня економічних показників. Тому, обираючи той чи інший варіант моделювання, увагу потрібно приділяти тим моментам, які для закладу ресторанного господарства є найоптимальнішими з урахуванням короткострокової та довгострокової перспективи. Тому наявність диспозитивних норм, що надають законні підстави для вільного вибору сторонами умов договору, сприяють оптимізації бухгалтерського обліку та оподаткування.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Іваненко В.О., Легенчук С.Ф. Франчайзинг як особлива форма ведення бізнесу: ідентифікація об'єктів бухгалтерського обліку. *International Journal of New Economics and Social Sciences*. 2016. № 1 (3). Р. 35-47.
2. Стан ринку франчайзингу. *Асоціація франчайзингу (Україна)*. URL: <https://franchising.org.ua/?p=38>
3. Food Franchise Industry Report. *Franchise Group*. <https://www.franchisedirect.com/information/food-franchise-industry-report>
4. Franchising Economic Outlook 2023. *International Franchise Association. FRANdata*. URL: <https://www.franchise.org/sites/default/files/2023-03/2023-Franchising-Economic-Report.pdf>

5. Top 100 Franchises 2023. *Franchise Group*. URL: <https://www.franchisedirect.com/top100globalfranchises/rankings>
6. Кулак Н.В., Мурована Л.В. Франшиза як ефективний інструмент ведення готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник КНУТД. Сер.: Економічні науки*. 2019. № 5 (139). С. 93-104.
7. Коновалова Х. У пошуках франшизи. Які бізнеси зацікавлені запускати підприємці в Україні та за кордоном. *Видання Delo.ua*. 14 листопада 2023 р. URL: <https://delo.ua/business/v-posukakh-fransizi-yaki-biznesi-zacikavleni-zapuskati-pidприємci-v-ukrayini-ta-za-kordonom-426136/>
8. Коливанова М. Чи варто інвестувати в ресторани франшизи. *Мінфін*. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2019/03/29/37159810/>.
9. Вовчанська О.М., Іванова Л.О. Франчайзинг як маркетингова технологія забезпечення розвитку та стійкості ресторанного бізнесу. *Підприємництво і торгівля*. 2018. № 23. С. 130-136. DOI: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2018-23-22>
10. Григоренко Т.М. Франчайзинг в Україні: реалії та перспективи розвитку в умовах воєнного стану. *Бізнес Інформ*. 2022. № 12. С. 145-153.
11. Дригола К.В., Вертелецька О.М., Якимчук О.Ю. Франчайзинг як форма інтернаціоналізації підприємства ресторанного бізнесу: світовий досвід. *Економічний простір*. 2019. № 147. С. 20-29.
12. Мазуркевич І. Дослідження методичних підходів щодо оцінки ефективності франчайзингових інвестиційних проєктів в сфері ресторанного бізнесу. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2022. № 1 (5). С. 21-26. DOI: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(5\).2022.4](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(5).2022.4).
13. Ставерська Т.О., Козуб В.О. Франчайзинг як інструмент розвитку ресторанного бізнесу: міжнародний досвід та національні особливості. *Національна економічна діяльність і міжнародні економічні відносини: сучасний стан та тенденції розвитку: кол. монографія / кол. авторів*. Полтава: ПП «Астроя», 2020. С. 101-107.
14. Черниш І.В., Маховка В.М., Бакало Н.В., Глебова А.О. Розвиток готельного-

ресторанного бізнесу в Україні на умовах франшизи та сучасних анімаційних програм. *Науковий журнал «Економіка і регіон»*. 2022. Т. 1(84). С. 41-49. DOI: [https://doi.org/10.26906/EiR.2022.1\(84\).2541](https://doi.org/10.26906/EiR.2022.1(84).2541).

15. Височан О.С. Облік нарахування й сплати паушального внеску та періодичної частини роялті в системі франчайзингових правовідносин. *Вісник ОНУ ім. Мечникова*. 2014. Т. 19. С. 134-138.

16. Кравчук Н., Співак С. Економічний зміст та облікове відображення франчайзингу. *Галицький економічний вісник*. 2017. Том 53. № 2. С. 103-110.

17. Макарович В.К., Климко Т.Ю., Балог Ш.Ш. Франчайзинг: обліковий аспект. *Вісник Донецького національного університету*. 2015. № 1. С. 225-228

18. Серпенінова Ю.С. Франчайзинг: сутність та порядок відображення в обліку. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 1. С. 256-260.

19. Цюцяк А.Л. Сучасний стан обліку та оподаткування франчайзингових операцій підприємств ресторанного господарства. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка. Серія: Економіка*. 2014. №162. С. 95-101

20. Хамандяк І. Ресторанний франчайзинг: відкрити власний ресторан за \$30 тис. *Бізнес арена*. URL: <https://arena.ua/2017/11/22/restaurant-franchising-in-ukraine/>

21. Як український ресторанний бізнес адаптується до викликів війни: дослідження. *Онлайн-видання «Бізнес. Район»*. 17 Жовтня 2022 р. URL: <https://business.rayon.in.ua/news/547964-yak-ukrainskiy-restoranniy-biznes->

## REFERENCES

1. Ivanenko, V.O., Legenchuk, S.F. (2016). Franchising as a special form of business: identification of accounting objects. *International Journal of New Economics and Social Sciences*, 1 (3), 35-47 [In Ukrainian].

2. Stan rynku franchaizynhu. [State of the Franchise Market]. *Asotsiatsiia franchaizynhu (Ukraina)*. Retrieved from: <https://franchising.org.ua/?p=38> [In Ukrainian].
3. Food Franchise Industry Report. *Franchise Group*. Retrieved from: <https://www.franchisedirect.com/information/food-franchise-industry-report>. [In English].
4. Franchising Economic Outlook 2023. *International Franchise Association. FRANdata*. Retrieved from: <https://www.franchise.org/sites/default/files/2023-03/2023-Franchising-Economic-Report.pdf> [In English].
5. Top 100 Franchises 2023. *Franchise Group*. Retrieved from: <https://www.franchisedirect.com/top100globalfranchises/rankings> [In English].
6. Kulak, N.V., Murovana, L.V. (2019). Franshyza yak efektyvnyi instrument vedennia hotelno-restorannoho biznesu [Franchising as an effective tool for running a hotel and restaurant business]. *Visnyk KNUTD. Ekonomichni nauky*, 5 (139), 93-104 [In Ukrainian].
7. Konovalova, Kh. (2023). U poshukakh franshyzy. Yaki biznesy zatsikavleni zapuskaty pidprijemtsi v Ukraini ta za kordonom [In search of a franchise. What businesses are entrepreneurs interested in launching in Ukraine and abroad]. *Vydannia Delo.ua*. Retrieved from: <https://delo.ua/business/v-posukax-fransizi-yaki-biznesi-zacikavleni-zapuskati-pidprijemci-v-ukrayini-ta-za-kordonom-426136/> [In Ukrainian].
8. Kolyvanova M. Chy varto investuvaty v restoranni franshyzy [Is it worth investing in restaurant franchises?]. *Minfin*. Retrieved from: <https://minfin.com.ua/ua/2019/03/29/37159810/> [In Ukrainian].
9. Vovchanska, O.M., Ivanova, L.O. (2018) Franchaizynh yak marketynhova tekhnolohiia zabezpechennia rozvytku ta stiikosti restorannoho biznesu [Franchising as a marketing technology for ensuring the development and sustainability of the restaurant business]. *Pidprijemnytstvo i torhivlia*, 23, 130-136. Retrieved from: <https://doi.org/10.36477/2522-1256-2018-23-22> [In Ukrainian].
10. Hryhorenko, T.M. (2022). Franchaizynh v Ukraini: realii ta perspektyvy rozvytku v umovakh voiennoho stanu [Franchising in Ukraine: realities and prospects for

development under martial law]. *Biznes Inform*, 12, 145-153 [In Ukrainian].

11. Dryhola, K.V., Verteletska, O.M., Yakymchuk, O.Iu. (2019). Franchaizynh yak forma internatsionalizatsii pidpriemstva restorannoho biznesu: svitovyi dosvid [Franchising as a form of internationalization of a restaurant business enterprise: world experience]. *Ekonomichnyi prostir*, 147, 20-29 [In Ukrainian].

12. Mazurkevych, I. (2022). Doslidzhennia metodychnykh pidkhodiv shchodo otsinky efektyvnosti franchaizynhovykh investytsiinykh proektiv v sferi restorannoho biznesu [Research on methodological approaches to assessing the effectiveness of franchise investment projects in the restaurant business]. *Innovatsii ta tekhnolohii v sferi posluh i kharchuvannia*, 1 (5), 21-26. Retrieved from: [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(5\).2022.4](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(5).2022.4) [In Ukrainian].

13. Staverska, T.O., Kozub, V.O. (2020). Franchaizynh yak instrument rozvytku restorannoho biznesu: mizhnarodnyi dosvid ta natsionalni osoblyvosti [Franchising as a tool for the development of the restaurant business: international experience and national characteristics]. *Natsionalna ekonomichna diialnist i mizhnarodni ekonomichni vidnosyny: suchasnyi stan ta tendentsii rozvytku*. Poltava, Ukraine: PP «Astraia» [In Ukrainian].

14. Chernysh, I.V., Makhovka, V.M., Bakalo, N.V., Hliebova, A.O. (2022). Rozvytok hotelnoho-restorannoho biznesu v ukraini na umovakh franshyzy ta suchasnykh animatsiinykh prohram [Development of the hotel and restaurant business in Ukraine under franchise terms and modern animation programs]. *Naukovyi zhurnal «Ekonomika i rehion»*, 1(84), 41-49. Retrieved from: [https://doi.org/10.26906/EiR.2022.1\(84\).2541](https://doi.org/10.26906/EiR.2022.1(84).2541). [In Ukrainian].

15. Vysochan, O.S. (2014). Oblik narakhuvannia y splaty paushalnoho vnesku ta periodychnoi chastyny roialti v systemi franchaizynhovykh pravovidnosyn [Accounting for the accrual and payment of a lump sum and periodic royalty in the system of franchise legal relations]. *Visnyk ONU im. Mechnykova*, 19, 134-138 [In Ukrainian].

16. Kravchuk, N., Spivak, S. (2017). Ekonomichnyi zmist ta oblikove vidobrazhennia franchaizynhu [Economic content and accounting reflection of franchising]. *Halytskyi*

*ekonomichnyi visnyk*, 2, 103-110 [In Ukrainian].

17. Makarovych, V.K., Klymko, T.Iu., Baloh, Sh.Sh. (2015). Franchaizynh: oblikovyi aspekt [Franchising: accounting aspect]. *Visnyk Donetskoho natsionalnoho universytetu*, 1, 225-228 [In Ukrainian].

18. Serpeninova, Yu.S. (2014). Franchaizynh: sutnist ta poriadok vidobrazhennia v obliku [Franchising: essence and accounting procedure]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, 1, 256-260 [In Ukrainian].

19. Tsiutsiak, A.L. (2014). Suchasnyi stan obliku ta opodatkuvannia franchaizynhovoykh operatsii pidpriemstv restorannoho hospodarstva [Current status of accounting and taxation of franchise operations of restaurant enterprises]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu im. Tarasa Shevchenka. Seriia: Ekonomika*, 162, 95-101 [In Ukrainian].

20. Khamandiak, I. (2017). Restoranniy franchaizynh: vidkryty vlasnyi restoran za \$30 tys. [Restaurant franchising: open your own restaurant for \$30,000]. *Biznes arena*. Retrieved from: <https://arena.ua/2017/11/22/restaurant-franchising-in-ukraine/> [In Ukrainian].

21. Yak ukrainskyi restoranniy biznes adaptuietsia do vyklykiv viiny: doslidzhennia [How the Ukrainian restaurant business adapts to the challenges of war: research]. *Biznes. Raion*. Retrieved from: <https://business.rayon.in.ua/news/547964-yak-ukrainskiy-restoranniy-biznes-> [In Ukrainian].

*Стаття надійшла до редакції 09.11.2024*