

ЕКОНОМІКА

УДК 339.96 : 004

DOI: <https://doi.org/10.37734/2409-6873-2025-2-1>ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ,
ЯК ІНСТРУМЕНТ ОБМІНУ ЗНАННЯМИ У ГЛОБАЛЬНИХ
ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ МЕРЕЖАХ

А. В. ВЕРСТЯК

доктор економічних наук;

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8090-1233>

О. М. ВЕРСТЯК

кандидат економічних наук;

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4222-4964>

І. С. ВІННИЧУК

кандидат економічних наук,

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5961-550X>

Анотація. Метою статті є дослідження ролі інформаційно-телекомунікаційних технологій (ІКТ) як ефективного інструменту обміну знаннями між учасниками глобальних франчайзингових мереж. У результаті дослідження встановлено, що ІКТ відіграють ключову роль у забезпеченні швидкого доступу до актуальних знань, стандартизованих навчальних матеріалів, рекомендацій і протоколів дій у франчайзингових мережах. Вирішення поставлених у статті завдань здійснено за допомогою загальнонаукових методів дослідження, а саме: аналізу, систематизації та узагальнення. **Методику дослідження** складають логічно-діалектичні методи наукового пізнання, методи системного аналізу, а також спеціальні методи, зокрема, методи аналізу та синтезу. **Результати дослідження** можуть бути використані для розробки стратегій цифрової трансформації франчайзингових мереж, удосконалення систем навчання персоналу та стандартизації операцій. У статті розглянуто роль інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у процесах обміну знаннями у франчайзингових мережах. Доведено, що ефективне використання ІКТ сприяє усуненню комунікаційних бар'єрів, зниженню транзакційних витрат та підвищенню координації між франчайзерами та франчайзі. Виокремлено основні категорії ІКТ-інструментів, що використовуються у франчайзингових мережах, зокрема системи управління знаннями, корпоративні соціальні мережі, навчальні платформи та віртуальні робочі простори. Проаналізовано основні чинники, що впливають на ефективність обміну знаннями, та визначено ключові бар'єри впровадження ІКТ. Висвітлено значення організаційної культури, технічної підтримки та навчання персоналу у цифровій трансформації франчайзингових компаній. **Практична значущість результатів дослідження.** Представлені результати можуть бути корисними для франчайзерів та франчайзі при розробці стратегій впровадження цифрових рішень для підвищення конкурентоспроможності мережі.

Ключові слова: франчайзинг, інформаційно-комунікаційні технології, глобальні франчайзингові мережі, франчайзингова система, інформаційні технології.

Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями. Обмін знаннями між підприємствами є ключовим організаційним активом, який сприяє створенню доданої вартості у виробництві, продажу та наданні послуг, а також стратегічно забезпечує конкурентні переваги. У контексті мережових бізнес-моделей, зокрема франчайзингу, знання виступають фундаментальним ресурсом, що відіграє вирішальну роль у забезпеченні успіху компаній в умовах динамічного ринку.

Європейський етичний кодекс франчайзингу визначає франчайзинг як систему маркетингу товарів, послуг та/або інформаційних технологій, що базується на тісній та безперервній співпраці між юридично і фінансово незалежними суб'єктами господарювання – франчайзером і його індивідуальними франчайзі. Франчайзер надає франчайзі право на ведення бізнесу відповідно до своєї концепції та встановлює відповідні регуляторні вимоги. Для цього типу мережевого бізнесу концепція управління знаннями може

стати ключовим фактором створення цінності та отримання конкурентних переваг [1].

Однак підприємства, що функціонують у мережових бізнес-моделях, таких як франчайзинг, не повною мірою усвідомлюють стратегічну цінність знань порівняно з іншими галузями, де знання традиційно розглядаються як пріоритетний і вирішальний ресурс. Концепція управління знаннями розглядається як системний підхід до формування конкурентних переваг на основі теорій знань та є фундаментальним чинником забезпечення конкурентоспроможності бізнесу, що сприяє інноваціям і стимулює створення нових товарів, послуг і процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Серед ключових факторів, що забезпечують ефективність процесу обміну знаннями, такі автори як Davila G.A., Andreeva T., Varvakis G., Sharma D., Patel S.S., Pandey S.K. виділяють довіру, лідерство [2; 3], а також наявність фізичних і віртуальних середовищ для збереження та передачі знань. У цьому контексті інструменти ІКТ розглядаються як важливі механізми, що сприяють ефективному обміну знаннями.

Практичні дослідження автора Pandey J., Gupta M., Behl A., Pereira V., Budhwar P., Varma A., Kukreja P. свідчать, що інформаційні технології відіграють вирішальну роль у подоланні географічних бар'єрів, стимулюванні інноваційного розвитку та забезпеченні міжорганізаційного обміну знаннями, особливо в мережових бізнес-моделях [4].

Попри значну кількість досліджень, присвячених використанню інформаційних технологій у франчайзингу, питання внеску та викликів, пов'язаних із конкретними ІТ-інструментами для обміну знаннями, залишається недостатньо вивченим Chen Y.C., Li P.C. and Arnold T.J. [5]. Крім того, бракує емпіричних досліджень у цій сфері [6]. Відсутність чітких нормативних підходів ускладнює для франчайзингових систем вибір найбільш ефективних ІТ-рішень для підтримки обміну знаннями. У зв'язку з цим актуальним є дослідження ролі обміну знаннями у франчайзингових мережах, що має важливе значення для розвитку цього сектору.

Дослідження обміну знаннями у цьому контексті є необхідним, оскільки франчайзингові мережі привертають дедалі більшу увагу завдяки їхньому внеску в розвиток глобальної економіки. Останні дослідження свідчать про те, що франчайзингові системи відіграють значну роль у формуванні доходів і створенні робочих місць Rosado-Serrano A., Paul J. and Dikova D. [7].

Формування цілей статті (постановка завдання). Наявність наукових досліджень, що розглядають роль знань у формуванні організаційної ефективності франчайзингових систем,

залишається недостатньою, тому Важливим напрямом подальшого аналізу є проблема адаптації франчайзингового бізнесу до викликів економіки знань з урахуванням його специфічних характеристик, стратегічних цілей та ринкових умов.

З огляду на ці виклики, дане дослідження спрямоване на аналіз факторів, які сприяють або, навпаки, ускладнюють процес обміну знаннями у франчайзингових мережах.

Методологія дослідження. У статті використано порівняльний метод та структурно-функціональний підхід для оцінки впровадження інформаційних технологій у франчайзинг. Системний аналіз дозволив визначити вплив цифрової трансформації на бізнес-моделі франчайзингових компаній, а контент-аналіз – виявити ключові тенденції у використанні технологій, таких як POS, CRM, ERP та штучний інтелект.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Наукові дослідження наголошують на ключовій ролі різноманітності комунікаційних каналів у міжорганізаційному обміні знаннями [8]. Зокрема, канали, що базуються на інформаційно-комунікаційних технологіях (ІКТ), пропонують широкий спектр інструментів для передачі та збереження знань. Як зазначають автори роботи [8], «методи, засновані на ІКТ, варіюються від найпростіших технологій, таких як голосові телефонні дзвінки, до більш складних рішень, зокрема порталів знань або спільних віртуальних робочих просторів».

ІКТ відіграють вирішальну роль у забезпеченні взаємодії між співробітниками, сприяючи впровадженню стратегій управління знаннями для ідентифікації та подолання стратегічних прогалин. Окрім цього, ІКТ значно посилюють міжорганізаційний обмін знаннями, створюючи ефективні комунікаційні зв'язки між географічно розподіленими групами та організаціями.

Особливе значення використання ІКТ набуває у процесі формування колаборативних відносин між компаніями, що, своєю чергою, позитивно впливає на розвиток інновацій. Важливо, щоб ці технології були зручними для користувачів, адаптованими до організаційного контексту та сприяли формуванню культури, що заохочує й мотивує ефективне використання ІКТ у професійній діяльності.

Використання ІКТ покращує інноваційну здатність, а отже виступають частиною стратегії забезпечення конкурентоспроможності підприємств та їх інноваційності. В даному контексті, наприклад, віртуальні навчальні середовища є інноваційними цифровими платформами, що дозволяють учасникам комунікувати та навчатися адже вони забезпечують доступ до навчальних

інструментів, обміну документами та форумів для обговорення. Таким чином, вони сприяють обміну знаннями, що в свою чергу, сприяє впровадженню інновацій.

Як зазначалось вище, проблема теоретичного обґрунтування використання ІКТ для підтримки обміну знаннями та вдосконалення діяльності компаній ще недостатньо досліджена в існуючій літературі: теорія ресурсно-орієнтованої вартості є основою для значної частини досліджень організацій у франчайзинговій системі, тоді як теорія цінності, заснована на знаннях, залишається недостатньо вивченою у контексті створення цінності у франчайзингових системах. Поточний стан досліджень супроводжується низкою викликів, оскільки знання розглядається як ключовий актив для створення цінності та досягнення конкурентної переваги [10]. Попри те, що знання є ключовим ресурсом для франчайзингових мереж, які прагнуть підвищити ефективність і конкурентоспроможність, узагальнення результатів, пов'язаних із цим явищем, залишається складним завданням у дослідженнях бізнес-мереж [10]. Крім того, управління знаннями відіграє ключову роль у успіху франчайзингу, а обмін знаннями сприяє зміцненню взаємовідносин між організаціями в мережі. Дійсно, як зазначається в праці [11] механізми обміну знаннями в франчайзингових системах та їх емпіричні дослідження недостатньо вивчені [12].

Традиційно процес передачі знань між франчайзерами та франчайзі здійснювався через особисті зустрічі та телефонні дзвінки, проте сьогодні його значною мірою замінили цифрові ІКТ-інструменти. Завдяки розподіленій структурі франшиз і їхній автономності, використання ІКТ дозволяє подолати фізичні та географічні бар'єри. Дослідження підтверджують, що ці технології сприяють взаємодії, підтримці та довгостроковим відносинам між франчайзерами та франчайзі, що в результаті підвищує якість обслуговування. Наприклад, онлайн-форуми зміцнюють зв'язки між франчайзі, сприяючи відкритим дискусіям та активному обміну знаннями й інноваціями в мережевому бізнесі.

Зважаючи на те, що знання франчайзі здебільшого мають неформальний і неявний характер, франчайзери можуть застосовувати ІКТ-інструменти для їх поширення шляхом зворотного зв'язку та аналізу потреб франчайзі. Це сприяє вдосконаленню бізнес-стратегій франчайзера, підвищенню ефективності бізнес-систем і покращенню підтримки для франчайзі. Крім того, ІКТ можуть бути використані для навчання співробітників франчайзі, а також для збору та аналізу ідей і досвіду франчайзі, що дозволяє ідентифікувати інноваційні практики, які можна поширювати в межах мережі.

Попри потенційні переваги, обмін знаннями залишається однією з основних стратегічних проблем для франчайзингових мереж. Один з останніх оглядів сучасного стану досліджень у цій сфері [12] показав, що, незважаючи на зростаючий інтерес до франчайзингу в академічних і практичних колах, лише незначна кількість досліджень глибоко аналізує масштаби франчайзингової літератури як у розвинених, так і в країнах, що розвиваються.

Загалом, аналіз літератури свідчить про те, що різні ІКТ-інструменти використовуються по-різному для підвищення ефективності франчайзингових компаній. Наявні дослідження підтверджують позитивний вплив доступу до інформації та обміну знаннями на конкурентоспроможність і продуктивність франшиз [10]. Очевидно, що підтримка з боку франчайзера є критично важливою для покращення ефективності франчайзингової мережі як бізнес-моделі. Зокрема, компетентність і довіра до франчайзера є ключовими факторами у підтримці франчайзингових відносин.

Результати дослідження підтверджують, що інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ) відіграють ключову роль у процесах обміну знаннями у франчайзингових мережах. Зокрема, ефективно використання ІКТ сприяє подоланню комунікаційних бар'єрів, зниженню трансакційних витрат та покращенню координації між франчайзерами та франчайзі.

Одним із основних факторів, що впливають на ефективність обміну знаннями, є тип використовуваних ІКТ-інструментів. У табл. 1 наведено основні типи цифрових платформ, що застосовуються у франчайзингових мережах.

Крім типу ІКТ-інструментів, важливими є також бар'єри, що ускладнюють їх ефективне впровадження. До таких бар'єрів належать:

- низький рівень цифрової грамотності франчайзі;
- відсутність мотивації до використання ІКТ;
- недостатня технічна підтримка;
- проблеми з конфіденційністю та захистом даних.

Для оцінки впливу ІКТ на ефективність франчайзингових мереж було проведено аналіз основних показників взаємодії між франчайзером (табл. 2):

Зі зростанням ролі ІКТ у франчайзингових мережах особливу увагу слід приділяти не лише технічному забезпеченню, а й адаптації цих технологій до специфіки бізнес-моделі франчайзингу. Важливими аспектами залишаються впровадження політик інформаційної безпеки, розробка програм цифрової грамотності для франчайзі та створення механізмів контролю якості інформаційного обміну. Дослідження

також підтверджують, що рівень прийняття ІКТ у франчайзингових мережах значною мірою залежить від відкритості організаційної культури до цифрових трансформацій (табл. 3):

ІКТ не лише забезпечують швидку комунікацію, а й створюють умови для спільного розвитку та обміну досвідом між франчайзі. Використання сучасних платформ дозволяє франчайзеру оперативно оновлювати стандарти роботи, регулювати якість послуг та швидко реагувати на зміни в ринкових умовах. Крім того, такі технології стимулюють процеси адаптації нових знань у внутрішньому середовищі мережі, що сприяє довгостроковому розвитку бізнесу.

Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямі. Інформаційно-комунікаційні технології відіграють ключову роль у процесі обміну знаннями у франчайзингових мережах, оскільки дозволяють подолати комунікаційні бар'єри, знизити трансакційні витрати та покращити координацію між учасниками

мережі. Визначено, що найбільш ефективними ІКТ-інструментами є системи управління знаннями, корпоративні соціальні мережі, навчальні платформи та віртуальні робочі простори. Основними бар'єрами впровадження ІКТ залишаються низький рівень цифрової грамотності, технічні труднощі та проблеми з конфіденційністю. Водночас організаційна культура, технічна підтримка та навчання персоналу є критично важливими для успішної інтеграції ІКТ у франчайзингових мережах.

Подальші дослідження з цієї тематики можуть бути спрямовані на розробку рекомендацій щодо оптимального впровадження ІКТ у франчайзингових системах та оцінку їх впливу на фінансові показники франчайзі. Також доцільно розглядати можливості використання штучного інтелекту для автоматизації процесів навчання та підтримки франчайзингових партнерів, що потенційно може ще більше підвищити ефективність обміну знаннями та взаємодії у межах мережі.

Таблиця 1

Основні ІКТ-інструменти для обміну знаннями у франчайзингових мережах

Категорія	Опис	Приклад
Системи управління знаннями	Інтегровані платформи для зберігання та поширення знань	SharePoint, Confluence
Корпоративні соціальні мережі	Інструменти для комунікації та співпраці	Microsoft Teams, Slack
Навчальні платформи	Системи для дистанційного навчання та підвищення кваліфікації	Moodle, Coursera for Business
Віртуальні робочі простори	Спільні середовища для обговорення та обміну досвідом	Google Workspace, Notion

Джерело: авторський доробок

Таблиця 2

Вплив ІКТ на ефективність взаємодії у франчайзингових мережах

Показник	Без використання ІКТ	З використанням ІКТ
Частота комунікації	Низька	Висока
Швидкість обміну знаннями	Повільна	Швидка
Рівень взаємної довіри	Середній	Високий
Доступність навчальних ресурсів	Обмежена	Широка

Джерело: розроблено автором на основі [10–12]

Таблиця 3

Чинники впливу ІКТ на обмін знаннями у франчайзингових мережах

Чинник	Вплив на обмін знаннями
Доступність ІКТ-інструментів	Покращує швидкість і ефективність обміну
Організаційна культура	Визначає рівень залученості співробітників до використання ІКТ
Технічна підтримка	Сприяє безперервному функціонуванню систем
Навчання персоналу	Підвищує компетентність у використанні технологій

Джерело: авторський доробок

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Jeon, H.J., Dant, R.P. and Baker, B.L. (2016), "A knowledgebased explanation of franchise system resources and performance", *Journal of Marketing Channels*, Vol. 23 No. 3, pp. 97–113.
2. Davila, G.A., Andreeva, T. and Varvakis, G. (2019), "Knowledge management in Brazil: what governance mechanisms are needed to boost innovation?", *Management and Organization Review*, Vol. 15 No. 4, pp. 857–886.
3. Sharma, D., Patel, S.S. and Pandey, S.K. (2021), "Exploring the influence of channel leadership style on channel commitment in a franchising context", *Journal of Business & Industrial Marketing*, Vol. 36 No. 8, pp. 1415–1434.
4. Pandey, J., Gupta, M., Behl, A., Pereira, V., Budhwar, P., Varma, A., . and Kukreja, P. (2021), "Technologyenabled knowledge management for community healthcare workers: the effects of knowledge sharing and knowledge hiding", *Journal of Business Research*, Vol. 135, pp. 787–799.
5. Chen, Y.C., Li, P.C. and Arnold, T.J. (2013), "Effects of collaborative communication on the development of marketrelating capabilities and relational performance metrics in industrial markets", *Industrial Marketing Management*, Vol. 42 No. 8, pp. 1181–1191.
6. Bernal, C.A., Amaya, N., Gaviria-Penaranda, A. and ZwergVillegas, A.M. (2020), "Knowledge and organizational performance in franchised restaurants in Colombia", *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 16 No. 3, pp. 517–536.
7. Rosado-Serrano, A., Paul, J. and Dikova, D. (2018), "International franchising: a literature review and research agenda", *Journal of Business Research*, Vol. 85, pp. 238–257.
8. Zhang, Q. and Zhou, K.Z. (2013), "Governing interfirm knowledge transfer in the Chinese market: the interplay of formal and informal mechanisms", *Industrial Marketing Management*, Vol. 42 No. 5, pp. 783–791.
9. Nguyen, T. and Burgess, S. (2014), "A case analysis of ICT for knowledge transfer in small businesses in Vietnam", *International Journal of Information Management*, Vol. 34 No. 3, pp. 416–421.
10. Iddy, J.J. and Alon, I. (2019), "Knowledge management in franchising: a research agenda", *Journal of Knowledge Management*, Vol. 23 No. 4, pp. 763–785.
11. Lee, K.J. (2017), "Knowledge sharing in franchise system: franchisee self-leadership, satisfaction, and compliance", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 29 No. 12, pp. 3101–3118.
12. Bretas, V.P. and Alon, I. (2021), "Franchising research on emerging markets: bibliometric and content analyses", *Journal of Business Research*, Vol. 133, pp. 51–65.

Andrii Verstiak, Oksana Verstiak, Igor Vinnychuk, Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University. Information and telecommunication technologies as a tool for knowledge exchange in global franchising networks.

Annotation. The purpose of the article is to explore the role of information and communication technologies (ICT) as an effective tool for knowledge exchange among participants of global franchising networks. The research has revealed that ICT plays a key role in ensuring quick access to up-to-date knowledge, standardized training materials, recommendations, and action protocols within franchising networks. The research objectives presented in the article were achieved through the use of general scientific research methods, namely: analysis, systematization, and generalization. **Methodology of research** basis of the study includes logical-dialectical methods of scientific inquiry, methods of systems analysis, as well as specific methods such as analysis and synthesis. **Findings.** The research results can be used for the development of digital transformation strategies for franchising networks, improvement of personnel training systems, and standardization of operations. The article examines the role of information and communication technologies (ICT) in knowledge exchange processes within franchising networks. It has been proven that the effective use of ICT contributes to eliminating communication barriers, reducing transaction costs, and improving coordination between franchisors and franchisees. The main categories of ICT tools used in franchising networks are identified, including knowledge management systems, corporate social networks, training platforms, and virtual workspaces. The key factors influencing the effectiveness of knowledge exchange are analyzed, and the main barriers to ICT implementation are determined. The significance of organizational culture, technical support, and personnel training in the digital transformation of franchising companies is highlighted. **Practical value.** The presented findings may be useful for franchisors and franchisees in developing strategies for implementing digital solutions to enhance the competitiveness of the network. The study categorizes key ITT tools used in franchising networks, such as knowledge management systems, corporate social networks, e-learning platforms, and virtual workspaces.

Keywords: franchising, information and communication technologies, global franchising networks, franchising system, information technologies.