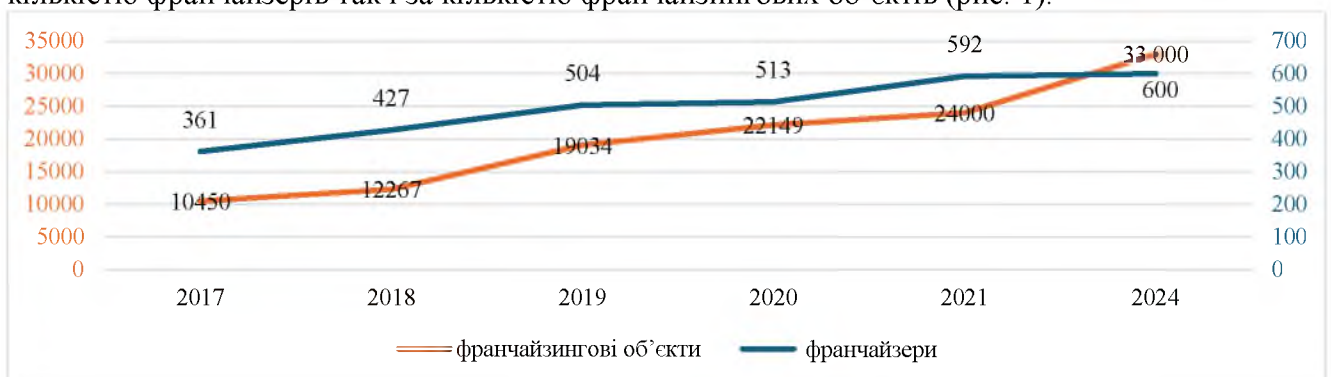


## ТЕНДЕНЦІ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ФРАНЧАЙЗИНГУ В УМОВАХ ВІЙНИ

У сучасних умовах глобалізації та розвитку міжнародних ринків франчайзинг стає важливим інструментом для розширення бізнесу та входу на нові ринки. Франчайзинг як бізнес-модель дозволяє франчайзерам швидко масштабувати свою діяльність та зберігати контроль над якістю та брендом. За останні роки українські франшизи демонструють стійкий ріст та активну міжнародну експансію, що й актуалізує дане дослідження.

«Етичний кодекс франчайзингу» визначає франчайзинг як: «система збуту товарів та/або послуг та/або технологій, яка базується на тісній та постійній співпраці між юридично та фінансово відокремленими та незалежними суб'єктами господарювання» [1]. Міжнародна асоціація франчайзингу (IFA) – визначає бізнес-формат франшизи як: «тип франшизи, що включає не лише продукт, послугу та торговельну марку, але й повний метод ведення бізнесу, такий як маркетинговий план і керівництво з експлуатації» [2]. На відміну від усталених міжнародних підходів, в Україні франчайзинг на нормативному рівні чітко не закріплений. Законодавство оперує терміном «договір комерційної концесії», який окреслює передачу прав на використання бренду чи продукту для виготовлення або продажу товарів і послуг за плату [3]. Таке трактування суттєво звужує розуміння франчайзингу, що характерне міжнародній практиці, де виокремлюється не лише передача бренду чи продукції, а й повного бізнес-формату, технологій, стандартів та систем управління. В Україні наразі є лише законопроект «Про франчайзинг», що пропонує таке визначення договірної діяльності, за якою правоволоділець передає користувачеві за винагороду права на використання «знака для товарів і послуг, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і (або) спеціалізованого обладнання, комерційної інформації, що охороняється законом, а також інших передбачених договором об'єктів виключних прав» [4]. Таким чином, законопроект є значним кроком у напрямку формалізації франчайзингу в Україні, що дозволить відповідати міжнародним трактуванням.

У довоєнний період ринок франчайзингу України мав постійне стаке зростання, як за кількістю франчайзерів так і за кількістю франчайзингових об'єктів (рис. 1).



**Рис. 1. Кількість франчайзерів та франчайзингових об'єктів 2017-2024 рр.**

*Джерело: створено автором на основі [5; 6]*

На приклад, у 2017 році функціонувало 12 267 франчайзингових точок, якими керували 361 франчайзер [6]. За наступні п'ять років цей показник значно зріс, і на початку 2022 року в країні вже було зареєстровано 592 франчайзери та понад 24 тисячі об'єктів [7]. Сьогоднішні дані ілюструють наступну ситуацію: у 2024 році кількість франчайзерів досягла приблизно 600, що охоплюють понад 33 000 партнерських локацій [8]. Ці данні вказують на фактичне подвоєння попиту на такий формат бізнесу у натуральному показнику. Протягом першого року

повномасштабного вторгнення 57% франчайзингових мереж не припинили роботу жодної торгової точки [9]. Опитування, проведене восени 2023 року, вказує на зростання інтересу на купівлю франшизи у порівнянні з попередніми періодами [10]. Усі ці статистичні зміни демонструють стабільне зростання зацікавленості у франчайзинговому підході до ведення бізнесу в Україні, навіть, в умовах війни.

Франчайзинг у більшості країн функціонує переважно в межах національних ринків, що підтверджується тим, що лише близько 28% франшиз мають іноземне походження [11]. Українська динаміка теж підтверджує цю тезу, оскільки у 2020 році на іноземні бренди на ринку франчайзингу України припадало 20%. Частка українських брендів стабільно зростала у період з 2017 до 2020 року з 74% до 80%, що вказує на стійке зростання популярності вітчизняних франшиз на українському ринку [12]. Така динаміка пов'язана з активним розвитком та вдосконаленням в технологічному та організаційному аспектах українських франшиз.

Загальний підхід до відкриття франшиз в Україні залишився без суттєвих змін під час повномасштабного вторгнення, але спостерігається тенденція до ретельнішого вивчення регіонального контексту перед запуском торгової точки. Безпекова ситуація регіону впливає на вибір франчайзі. За результатами опитування 2022 року, найбільший інтерес викликали західні регіони країни — 40% респондентів обрали саме цей напрям, тоді як 23% віддали перевагу будь-яким територіям, де не тривають активні бойові дії [5]. Упродовж 2023 року фокус змістився, тоді найпопулярнішими відповідями респондентів були Київ, Київська область та Львів [13]. Саме ці локації були визначені як найперспективніші для запуску нових франчайзингових проєктів. За даними досліджень, переважна частка потенційних франчайзі в Україні орієнтується на інвестиційний діапазон від 15 до 50 тисяч доларів США [14].

Характерною тенденцією українського франчайзингу, яка посилилася з 2022 року, є наміри до масштабування за кордон. Польща є найпривабливішою країною для подальшого розвитку мережі на думку 57% франчайзі [5]. Понад 30 українських компаній розпочали свою міжнародну діяльність з 2022 року. Загалом, від початку повномасштабного вторгнення у країнах ЄС збільшилося на 180 українських франчайзингових точок. Серед країн для експансії найбільш популярна Польща (78,6%), далі йдуть Чехія (5,5%), Молдова (2,7%), Литва (1,6%), Іспанія (1,6%), Німеччина (1,6%), а решта країн — 6,6% [10].

Під час виходу на міжнародний ринок перед брендом постає завдання яку назву представляти новій іноземній аудиторії (табл.1). Українські франшизи практикують декілька стратегій у цьому питанні:

- Транскрипція із мінімальною адаптацією до латиниці (Piana Vyshnia)
- Прямий переклад із фокусом на зрозумілість (Farmer's Milk)
- Поєднання оригінальної назви з описом продукту (Lviv Handmade Chocolate)
- Повна зміна назви з нейтральною або функціональною іноземною назвою (Multi Cook)
- Інтернаціоналізація назви без перекладу «бренду» (Nova Post)

Таблиця 1

**Адаптація назв українських франшиз до міжнародних ринків**

Українська назва франшизи	Іноземна назва франшизи
Львівська майстерня шоколаду	Lviv handmade chocolate
Галя Балувана	Multi Cook
Нова Пошта	Nova Post
Молоко від фермера	Farmer's Milk
П'яна вишня	Piana Vyshnia

Джерело: створено автором на основі [16; 17;18]

Наразі «Multi Cook» це найпопулярніша українська франшиза за кордоном (табл.2). «Галя Балувана» припинила продаж франшизи новим франчайзі в Україні, та опирається на розвиток мережі за допомогою уже існуючих партнерів. Деякі з франчайзі бренду мають по 30 магазинів «Галі Балуваної» [15]

## Досягнення «Multi Cook» на міжнародних ринках

Назва бренду	Країни	Кількість торгових точок за кордоном, од.
Галя Балувана (Multi Cook)	Польща, Чехія, Іспанія, Болгарія, Латвія, Велика Британія, Греція, Кіпр, Литва, Туреччина, Угорщина, Естонія, Хорватія, Румунія, Словаччина, Молдова, Португалія, Франція, Канада, США, Словенія, Чорногорія, Грузія	161

Джерело: створено автором на основі [16]

Власник мережі відзначає, що 70% партнерів за кордоном це українці, що виїхали після початку повномасштабної війни. Також є приклади, коли власниками торгових точок стають іноземці у партнерстві з українцями. Законодавство деяких країн, наприклад, Туреччини вимагає, щоб хоча б якась частка бізнесу належала громадянам країни. Попит на продукцію мережі за кордоном лише на 10-30% становить українських споживач, що вказує на привабливість ніші «Multi Cook» для іноземних споживачів завдяки унікальності та якості пропонованих товарів [15].

Отже, український ринок франчайзингу демонструє стійкість і адаптивність в умовах війни. Франчайзингові бізнеси активно розширюють свою присутність не лише на національному, а й на міжнародному рівнях. Вражаючим прикладом є франшиза «Multi Cook», яка відкрила 161 торгову точку у понад 20 країнах світу. Водночас залишається важливою формалізація поняття франчайзингу на законодавчому рівні в Україні, що сприятиме подальшому розвитку цієї бизнес-моделі та її відповідності міжнародним стандартам. Таким чином, франчайзинг є важливим інструментом для економічного відновлення та інтеграції України до глобального бізнес-середовища.

## Список використаних джерел

1. The British Franchise Association. The code of ethics for franchising 2024. Abingdon, 2024. С. 8. URL: <https://www.thebfa.org/wp-content/uploads/The-Code-of-Ethics-for-Franchising-2024.pdf> (дата звернення: 15.01.2025).
2. International Franchise Association. 2024 Franchising Economic Outlook. 2024. 30 с. URL: <https://www.franchise.org/sites/default/files/2024-02/2024%20Franchising%20Economic%20Report.pdf> (дата звернення: 21.01.2025).
3. Цивільний кодекс України : Кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV : станом на 9 квіт. 2025 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text> (дата звернення: 09.04.2025).
4. Проект закону України від 21.12.2017 № 7430 / О. В. Кірш та ін. LIGA 360. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JH5QE00A?an=3> (дата звернення: 09.04.2025).
5. Franchise group. Аналітика ринку франчайзингу 2021-2022 років. *Franchise group*. URL: <https://franchisegroup.com.ua/about-franchising/analitika-rynku-2021-2022/> (дата звернення: 09.04.2025).
6. Franchise group. Аналітика ринку франчайзингу 2018-2019 років. *Franchise group*. URL: <https://franchisegroup.com.ua/about-franchising/analitika-rynku-2018-2019/> (дата звернення: 09.04.2025).
7. Franchise group. Аналітика ринку франчайзингу 2021-2022 років. *Franchise group*. URL: <https://franchisegroup.com.ua/about-franchising/analitika-rynku-2021-2022/>.
8. Голіч В. «Сервіс можна масштабувати за кордон». Як розширити бізнес за допомогою франчайзингу та яких помилок варто уникати? Досвід lviv croissants, express haircut і universum clinic – forbes.ua. *Forbes.ua | Бізнес, мільярдери, новини, фінанси, інвестиції, компанії*. URL: <https://forbes.ua/business/servis-mozhna-masshtabuvati-za-kordon-yak-rozshiriti-biznes-za-dopomogoyu-franchayzingu-ta-yakikh-pomilok-varto-uniknuti-dosvid-lviv-croissants-express-haircut-i-universum-clinic-06072024-22104> (дата звернення: 01.03.2025).

9. Козачук М. Попри війну 57% мереж франшиз не закрили жодного об'єкта. У чому стійкість франчайзингу? Дослідження Franchise Group. *Forbes*. URL: <https://forbes.ua/company/popri-viynu-57-merezh-franshiz-ne-zakrili-zhodnogo-obekta-u-chomu-stiykist-franchayzingu-doslidzhennya-franchise-group-28122022-10805>.
10. Коновалова Х. В пошуках франшизи. Які бізнеси зацікавлені запускати підприємці в Україні та за кордоном – delo.ua. *Останні новини України та світу онлайн – delo.ua*. URL: <https://delo.ua/business/v-posukakh-fransizi-yaki-biznesi-zacikavleni-zapuskati-pidprijemci-v-ukrayini-ta-za-kordonom-426136/> (дата звернення: 01.03.2025).
11. FASA. Franchising's massive contribution to global economic output - Franchise Association South Africa. *Franchise Association South Africa*. URL: <https://www.fasa.co.za/franchisings-massive-contribution-to-global-economic-output/> (дата звернення: 09.04.2025).
12. Franchise group. Фналітика ринку франчайзингу 2019-2020 років. *Franchise group*. URL: <https://franchisegroup.com.ua/about-franchising/analitika-rynku-2019-2020/> (дата звернення: 09.04.2025).
13. Коновалова Х. В пошуках франшизи. Які бізнеси зацікавлені запускати підприємці в Україні та за кордоном – delo.ua. *Останні новини України та світу онлайн – delo.ua*. URL: <https://delo.ua/business/v-posukakh-fransizi-yaki-biznesi-zacikavleni-zapuskati-pidprijemci-v-ukrayini-ta-za-kordonom-426136/> (дата звернення: 01.03.2025).
14. Коновалова Х. В пошуках франшизи. Які бізнеси зацікавлені запускати підприємці в Україні та за кордоном – delo.ua. *Останні новини України та світу онлайн – delo.ua*. URL: <https://delo.ua/business/v-posukakh-fransizi-yaki-biznesi-zacikavleni-zapuskati-pidprijemci-v-ukrayini-ta-za-kordonom-426136/> (дата звернення: 01.03.2025).
15. Зайцев І. Місія – світовий лідер: франшиза бренду Multi Cook набирає обертів за кордоном. *RAU*. URL: <https://rau.ua/novyni/misija-svitovij-lider-multi-cook/> (дата звернення: 09.04.2025).
16. MULTI COOK. Multi cook. *MULTI COOK*. URL: <https://multicook-franchise.com/uk> (дата звернення: 09.04.2025).
17. SOROKA. Купити франшизу в Україні: Готовий бізнес по франшизі • Всі франшизи України | Каталог франшиз Soroka. *soroka.pro*. URL: <https://soroka.pro/franchises/> (дата звернення: 09.04.2025).
18. Spacemag. Три франшизи України, яку купують за кордоном - SpaceMag. *SpaceMag*. URL: <https://spacemag.com.ua/lifestyle/try-franshyzy-ukrayiny-yaku-kupuyut-za-kordonom/> (дата звернення: 09.04.2025).

**Охай Д.Ю., Клименко М.М.,**  
студенти ОПП «Маркетинг», 3 курс,  
Національний університет «Києво-Могилянська академія»

## **АНАЛІЗ ГРОШОВИХ ПЕРЕКАЗІВ ТРУДОВИХ МІГРАНТІВ: ТОП-10 КРАЇН ЗА 2020-2024 РОКИ**

Аналіз динаміки грошових переказів у провідних країнах є важливим елементом вивчення сучасної економіки, оскільки ці фінансові потоки відображають соціально-економічні зв'язки між державами. У контексті глобалізації, з зростанням міграції населення та міжнародної торгівлі, грошові перекази стають ключовим інструментом для підтримки економік країн-отримувачів. Вивчення тенденцій у цій галузі дає можливість зрозуміти не лише фінансові механізми, але й їхній вплив на добробут населення та економічний розвиток держав.

Перекази трудових мігрантів позитивно впливають на економіки країн, в які йдуть грошові надходження. Відповідно до World Bank Group [1] у більш ніж 60 країнах грошові перекази складають 3 або більше відсотків валового внутрішнього продукту (ВВП). Така форма грошових