

Привалова С.О.,
студентка кафедри міжнародних відносин і політичного менеджменту,
факультет національної безпеки, права та міжнародних відносин
Науковий керівник : Мороз Ю.Ю
Державний університет «Житомирська політехніка»

ФРАНЧАЙЗИНГ В ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА. АДАПТАЦІЯ ТА СТІЙКІСТЬ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ В УКРАЇНІ

У сучасних умовах глобалізації та інтернаціоналізації підприємницької діяльності франчайзинг посідає особливе місце серед інструментів розвитку бізнесу. Як одна з найбільш гнучких і водночас ефективних організаційно-правових форм підприємництва, франчайзинг дозволяє поєднувати переваги великої корпорації – відомий бренд, технології, стандарти якості – з мобільністю та підприємницьким потенціалом малого і середнього бізнесу. Саме тому він широко застосовується у зовнішньоекономічній діяльності, сприяючи виходу компаній на міжнародні ринки, проникненню глобальних мереж у національну економіку, формуванню конкурентних бізнес-екосистем та інтеграції країн у світовий економічний простір.

Франчайзинг набув статусу одного з динамічніших секторів міжнародної економіки. У провідних країнах світу – США, Франції, Туреччині, Польщі, Великій Британії – він забезпечує значну частину зайнятості, створюючи мільйони робочих місць та сприяючи розвитку малого бізнесу. Для багатьох компаній франчайзинговий формат став основним способом міжнародної експансії: з його допомогою фірми відкривають представництва в десятках країн, мінімізуючи фінансові ризики і водночас зберігаючи контроль над якістю продукту.

В Україні франчайзинг почав активно розвиватись у 2010-х роках, охоплюючи сфери громадського харчування, торгівлі, освіти, краси та здоров'я, послуг та інноваційних напрямів. За декілька років ринок сформував сотні брендів, а українські компанії навіть почали виходити на зарубіжні ринки. До початку повномасштабного вторгнення франчайзинг виступав дієвим інструментом модернізації національного бізнес-середовища, сприяючи

створенню нових робочих місць, впровадженню сучасних бізнес-процесів, розвитку конкуренції, підвищенню рівня сервісу та залученню інвестицій у країну.

Однак війна 2022 року кардинально змінила економічний простір України. Багато підприємств пережили скорочення ринків, руйнування інфраструктури. Незважаючи на це, франчайзинг опинився серед найстійкіших бізнес-форм. Він продовжив функціонувати завдяки своїм базовим характеристикам – системності, стандартизації, підтримці з боку франчайзера, мобільності та здатності швидко адаптуватися до нових умов. Деякі мережі змогли зберегти більшу частину своїх закладів, інші – навіть розширилися на більш стабільні регіони або за кордон.

Таблиця 1. Динаміка розвитку світового ринку франчайзингу (2021–2025 рр.)

Рік	Кількість франчайзингових точок, тис.	Зайнятість у франчайзингу, млн осіб	Світовий оборот франчайзингу, млрд дол.	Приріст точок, %	Приріст обороту, %
2021	775	8,2	787	–	–
2022	795	8,3	812	+2,6%	+3,2%
2023	820	8,6	865	+3,1%	+6,5%
2024	840	8,8	905	+2,4%	+4,6%
2025	850	9,0	936	+1,2%	+3,4%

В основному франчайзинг у зовнішньоекономічній діяльності – це передача компанією (франчайзером) підприємцю або бізнес-структурі в іншій країні (франчайзі) права на використання бренду, технології, бізнес-моделі, стандартів та системи управління. Така модель дозволяє міжнародним компаніям швидко масштабувати свою присутність на ринку без значних фінансових витрат, а локальним підприємцям – отримати готовий формат бізнесу, який уже має репутацію, маркетингову стратегію та налагоджені процеси.

Аналітичні розрахунки на основі таблиці:

1. Загальне зростання франчайзингових точок за 2021–2025 рр.: 850 тис. – 775 тис. = +75 тис. Точок або +9,7% за 4 роки.
2. Зростання обороту за 2021–2025 рр.: 936 млрд – 787 млрд = +149 млрд дол. або +18,9% за 4 роки.
3. Зростання зайнятості: 9,0 млн – 8,2 млн = +0,8 млн осіб.

Повномасштабна війна Росії проти України стала одним із найсильніших викликів для українського бізнесу за часи незалежності. Франчайзинговий сектор, який до 2022 року демонстрував щорічне зростання (6–12%), опинився під тиском багатьох факторів: падіння платоспроможності населення, переміщення мільйонів людей, руйнування інфраструктури, закриття підприємств і загроза безпеці працівників. Проте на відміну від багатьох традиційних бізнес-моделей, франчайзинг проявив значну адаптивність та стійкість.

До прикладів такої стійкості можна віднести:

- "Галя Балувана" (напівфабрикати)

Одразу після початку вторгнення багато точок мережі по всій країні (і навіть за кордоном) перейшли на приготування великих обсягів безоплатних обідів та напівфабрикатів для військових, госпіталів та внутрішньо переміщених осіб

- "Lviv Croissants " (пекарня)

Організували систематичні збори коштів через свої каси та онлайн-платформи. Активно брали участь у забезпеченні військових підрозділів на Західній Україні, які готувалися до відправки.

- "Нова Пошта" (логістика)

Хоча це не чистий франчайзинг (це модель партнерських відділень та франшиз), мережа стала ключовим логістичним хабом для волонтерів. Компанія надавала безкоштовну логістику для волонтерських вантажів, критично важливих для армії та гуманітарних потреб.

Попри значні виклики воєнного часу, франчайзинг в Україні продемонстрував високу стійкість, гнучкість та здатність до адаптації. Досвід останніх років показав, що саме франчайзингова модель дозволяє бізнесу

швидко відновлювати роботу, отримувати підтримку від сильних брендів і мінімізувати ризики для підприємців. Після завершення війни очікується активна фаза відбудови країни, зростання інвестиційної привабливості та повернення великої кількості споживачів і підприємців. Це створює передумови для нового етапу стрімкого розвитку франчайзингу.

Список використаних джерел

- 1 **International Franchise Association (IFA).** Annual Franchise Report 2021–2024. <https://www.franchise.org>
- 2 **UAFR – Українська асоціація франчайзингу.** Огляд ринку франчайзингу в Україні 2021–2024. <https://franchising.ua>
- 3 **Pro-Consulting.** Аналітика ринку франчайзингу в Україні (2022–2024). <https://pro-consulting.ua>
- 4 **Statista.** Global Franchise Market Overview 2021–2024. <https://www.statista.com>
- 5 **Орлова В. Ю.** Франчайзинг як інструмент розвитку малого бізнесу. – Київ: КНЕУ, 2019. <https://kneu.edu.ua>