

zovnishnyoi torhivli Ukrainy" [The Global Institutionalization Within the Framework of WTO As a Growth Driver of Ukraine's Foreign Trade]. *Biznes Inform*, no. 4 (2019): 48-54.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2019-4-48-54>
Yatsenko, O. et al. "Global Risks of Trade and Economic Cooperation of Ukraine With Countries of the Northern

American Region". *Montenegrin Journal of Economics*, vol. 15, no. 3 (2019): 217-225.

DOI: [10.14254/1800-5845/2019.15-3.16](https://doi.org/10.14254/1800-5845/2019.15-3.16)
Zhang, J., and Kristensen, G. "A Gravity Model with Variable Coefficients: The EEC Trade with Third Countries". *Geographical Analysis*, vol. 27, no. 4 (2010): 307-320.
DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1538-4632.1995.tb00913.x>

УДК 339.187.44

JEL: L81; M13; M21

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2022-12-145-153>

ФРАНЧАЙЗИНГ В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

©2022 ГРИГОРЕНКО Т. М.

УДК 339.187.44

JEL: L81; M13; M21

Григоренко Т. М. Франчайзинг в Україні: реалії та перспективи розвитку в умовах воєнного стану

Метою статті є дослідження розвитку франчайзингу в Україні в довоєнний період, а також його реалії, особливості та перспективи розвитку в умовах воєнного стану. Зазначено, що після оголошення на території України воєнного стану та початку активної фази бойових дій більша частина бізнесу була фактично паралізована через різноманітні фактори та неможливість здійснення господарської діяльності підприємствами, які знаходяться на території проведення бойових дій. Натомість франчайзинг є актуальною економічною моделлю організації та здійснення підприємницької діяльності, яка дозволить бізнесу вижити та розвиватися в цей складний для країни час. Аналіз динаміки розвитку франчайзингу в Україні за 2017–2020 рр. показав, що франчайзинг протягом останніх років повільно, але стабільно розвивається, що підтверджує щорічний приріст кількості франчайзерів та франчайзингових об'єктів, збільшення кількості вітчизняних та іноземних брендів на франчайзинговому ринку. Визначено зростання частки саме українських франшиз, оскільки сама модель франчайзингового бізнесу краще враховує місцеві реалії. Франчайзинг, який створений в Україні, більш адаптований під місцеві вимоги ринку; українські франшизи є конкурентоспроможними, мають комплексну програму розвитку бізнесу та сильний супровід після запуску франчайзингового проекту; спрямований на подальшу співпрацю на довготерміновій основі. На основі дослідження фінансового порталу Fibi складено рейтинг найкращих франшиз в Україні у 2022 р. у торгівлі, сфері послуг і громадському харчуванні. Зазначено, що під час війни в Україні деякі країни суттєво спростили правила для відкриття бізнесу українцями, що сприяє створенню ринку українських франшиз за кордоном і поширенню національних брендів. Визначено, що з метою підтримки української економіки під час воєнного стану держава запровадила комплексні зміни до законодавства та державних програм, що допоможе розвитку підприємництва та поширенню франчайзингу.

Ключові слова: франчайзинг, франшиза, франчайзингові бренди, воєнний стан, зміни до законодавства.

Рис.: 4. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 14.

Григоренко Тетяна Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент кафедри торговельного підприємництва та логістики, Державний торговельно-економічний університет / Київський національний торговельно-економічний університет (вул. Києво, 19, Київ, 02156, Україна)

E-mail: tetyanagrygorenko@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1941-6765>

Researcher ID: <https://www.webofscience.com/wos/author/record/1363227>

Scopus Author ID: <https://www.scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57259212700>

UDC 339.187.44

JEL: L81; M13; M21

Grygorenko T. M. Franchising in Ukraine: The Realities and Prospects of Development in the Conditions of Martial Law

The article is aimed at studying the development of franchising in Ukraine in the prewar period, as well as its realities, features and prospects for development under martial law. It is noted that after the declaration of martial law on the territory of Ukraine and the beginning of the active phase of military actions, most of the business was actually paralyzed due to various factors and the impossibility of carrying out economic activities by enterprises located in the territory of hostilities. Instead, franchising is an up-to-date economic model for organizing and carrying out entrepreneurial activities that will allow businesses to survive and develop in this difficult time for the country. The accomplished analysis of the dynamics of franchising in Ukraine for 2017–2020 showed that franchising has been slowly but steadily developing in recent years, which justifies the annual increase in the number of franchisers and franchised facilities, an increase in the number of domestic and foreign brands in the franchise market. Precisely the increase in the share of Ukrainian franchises has been determined, since the franchise business model itself better takes into account local realities. The franchising created in Ukraine is more adapted to local market requirements; Ukrainian franchises are competitive, have a comprehensive business development program and strong support after the launch of a franchise project; the domestic franchising is directed towards further cooperation on a long-term basis. Based on a study by the financial portal Fibi, a rating of the best franchises in Ukraine in 2022 in trade, services and catering is compiled. It is also noted that during the wartime in Ukraine, some countries significantly simplified the rules for starting a business by Ukrainians, which facilitates the creation of a market for Ukrainian franchises abroad and the spread of national brands. It is defined that in order to support the Ukrainian economy during martial law, the government has introduced comprehensive changes to legislation and State-supported programs, which will help the development of entrepreneurship and the spread of franchising.

Keywords: franchising, franchise, franchise brands, martial law, changes to legislation.

Fig.: 4. **Tabl.:** 1. **Bibl.:** 14.

Франчайзинг є однією з інноваційних форм організації та ведення бізнесу, найзручнішою та найефективнішою моделлю для розвитку малого та середнього підприємництва. Він дозволяє підвищити ефективність малого бізнесу завдяки унікальній можливості об'єднувати переваги малого та великого підприємництва та дає змогу вирішити різні економічні проблеми.

Франчайзинг дозволяє створювати стабільні та гнучкі підприємницькі мережі, сприяє розвитку та розширенню діяльності малих підприємств, не вкладаючи при цьому значні власні кошти, надає можливість досягнути максимальних результатів протягом мінімального терміну.

Сьогодні, в умовах воєнного стану, виникає все більше питань до розвитку української економіки, тому справжнім каталізатором, який частково вирішить проблеми підприємництва в національній економіці, може бути франчайзинг.

Повномасштабне розгортання бойових дій майже на всій території України змусило всю країну адаптуватися до існування в умовах воєнного часу. Діяльність бізнесу, зокрема франчайзингових компаній, за таких умов суттєво змінилась, оскільки всі сектори економіки піддалися негативному впливу, тому тема дослідження є актуальною.

Дослідженням питань взаємодії підприємств на засадах франчайзингу в Україні та світі приділяється багато уваги в працях провідних зарубіжних і українських учених. Цими питаннями займалися: Г. Андрощук, М. Бедринець, С. Берлі, Ю. Бондаренко, А. Виноградська, В. Денисюк, В. Довгань, А. Ермолінський, Т. Єрошкина, В. Забродіна, І. Зайцева, Д. Землякова, Т. Ковальчук, О. Корольчук, Г. Кочеткова, О. Кузьмін, В. Мавріду, А. Майер, Т. Мирончук, Г. Муніна, Т. Лопушанський, О. Саблін, І. Салата, С. Сілінг, Я. Сидорова, С. Сосна, Т. Сорокіна, С. Спінееллі, Д. Стенворт і Б. Сміт, У. Сухорська, З. Цамалашвили, А. Цират та інші. У роботах цих авторів проаналізовано зарубіжний і вітчизняний досвід застосування франчайзингу, розроблено класифікації його видів та типів, надано рекомендації з побудови франчайзингової мережі, питань бухгалтерського обліку, оподаткування, правових аспектів діяльності та ін.

Незважаючи на достатню кількість досліджень різних аспектів розвитку та функціонування франчайзингу, виникає питання щодо його розвитку в Україні саме в умовах воєнного стану та подальших перспектив.

Метою статті є дослідження розвитку франчайзингу в Україні в довоєнний період, а також його реалії та перспективи в умовах воєнного стану.

Сьогодні франчайзинг визнаний у світі як найбільш прогресивна форма ведення бізнесу. Він дозволяє надати підтримку підприємцям, які розпочинають свій бізнес; сприяє розробці та впровадженню нових ідей, методів і технологій, створенню конкурентного середовища; обумовлює підвищення загальної культури підприємницької діяльності; максимально задовольняє потреби споживачів у певних товарах, видах робіт і послугах; забезпечує більш високу якість обслуговування; сприяє соціальній стабільності завдяки створенню нових робочих місць без залучення бюджетних коштів; стимулює залучення іноземних інвестицій у національну економіку.

Франчайзинг – це модель організації та здійснення підприємницької діяльності, яка базується на економічних, правових, організаційних взаємовідносинах незалежних суб'єктів підприємництва та передбачає тривале договірне їх співробітництво, при якому франчайзер (підприємство – власник франшизи) передає франчайзі (фізична особа – підприємець або юридична особа) на платній основі в тимчасове користування право на використання результатів свого інтелектуального надбання, надає технічну, консультативну, маркетингову підтримку в обмін на зобов'язання франчайзі здійснювати діяльність відповідно до стратегії розвитку франчайзера на умовах, зазначених у договорі франчайзингу [1, с. 7].

Аналізуючи ситуацію на українському франчайзинговому ринку до початку війни, слід відзначити, незважаючи на коронакризу та пов'язані з нею випробування, динамічний і стабільний розвиток франчайзингу, який є одним із найбільш перспективних видів бізнесу в Україні. Він стабільно розвивався практично в усіх галузях економіки. Серед найбільш популярних сфер – громадське харчування (пекарні, кав'ярні, стрітфуд), найрізноманітніші послуги (від салону краси до туристичного агентства), освіта та розвиток дітей (освітні та розвиваючі центри), медицина та проекти, пов'язані зі зміцненням здоров'я. З'являлися нові тенденції, змінювався попит споживачів, і франчайзери підлаштовувалися під те, як розвивається світ.

Дані дослідження компанії Franchise Group показують, що протягом 2009–2020 рр. кількість франчайзерів щороку збільшувалася, хоча темпи приросту

їх кількості були нерівномірними. Так, у 2010 р. порівняно з попереднім роком кількість франчайзерів зросла на 45,3%, у 2011 р. – на 14,5%, у 2012 р. – на 29%, у 2013 р. – на 2%, у 2016 р. – на 6%, у 2018 р. – на 18%, у 2019 р. – на 18%, у 2020 р. – на 2% (рис. 1).

У 2015–2017 рр. відбулося суттєве зменшення кількості франчайзерів – з 565 до 361, тобто на 36%, що було обумовлено економічною кризою та банкрутством франшиз, які продавалися несумлінними франчайзерами, котрі працювали на ринку, не маючи достатнього досвіду роботи, та використовували інтерес до франчайзингу в цілях виключно особистого збагачення. По суті такі «франшизи» не мали прорахованої економічної моделі та доведеного часом досвіду, а такі франчайзери ділилися/продавали досвід, якого у них не було.

У 2020 р. в Україні працювало 513 франчайзерів, що на 42% більше, ніж у 2017 р., функціонувало 28 579 франчайзингових об'єктів, з них 6 430 – власні об'єкти франчайзерів. Протягом 2017–2020 рр. кількість власних об'єктів франчайзерів збільшилася на 98,5% – з 3 240 до 6 430, а франчайзингових об'єктів, що належать франчайзі, на 112% – з 10 459 до 22 149 (рис. 2).

В Україні частка франчайзингових об'єктів становила 75–80%, що приблизно відповідає міжнародній практиці. Однак це менше, ніж у США, де 85–95% бізнесу складає франчайзинг [3].

Аналізуючи розвиток франчайзингу у 2017–2020 рр. за галузями діяльності, бачимо, що найбільшого поширення франчайзинг набув у сфері споживчих послуг, громадського харчування та роздрібно торгівлі (рис. 3).

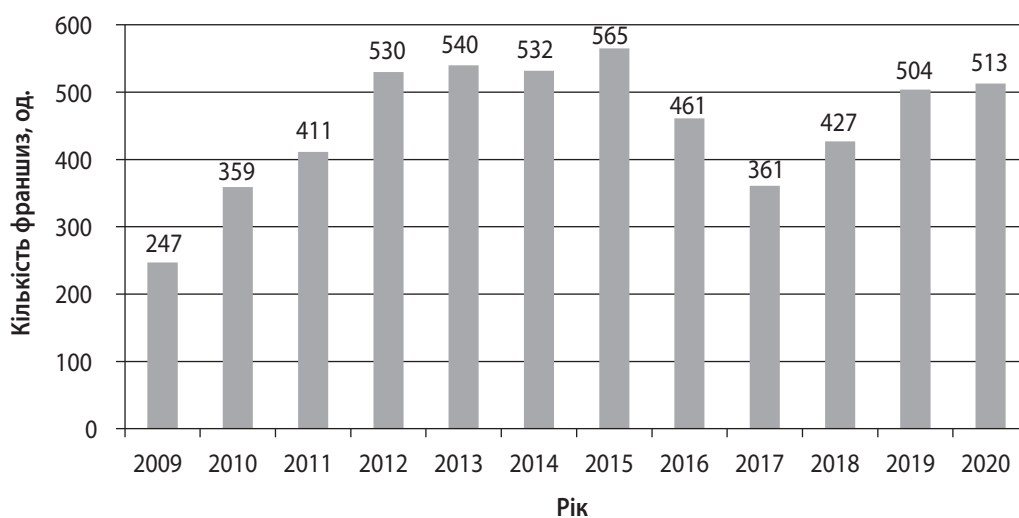


Рис. 1. Динаміка кількості франчайзерів в Україні у 2009–2020 рр.

Джерело: складено за [2].

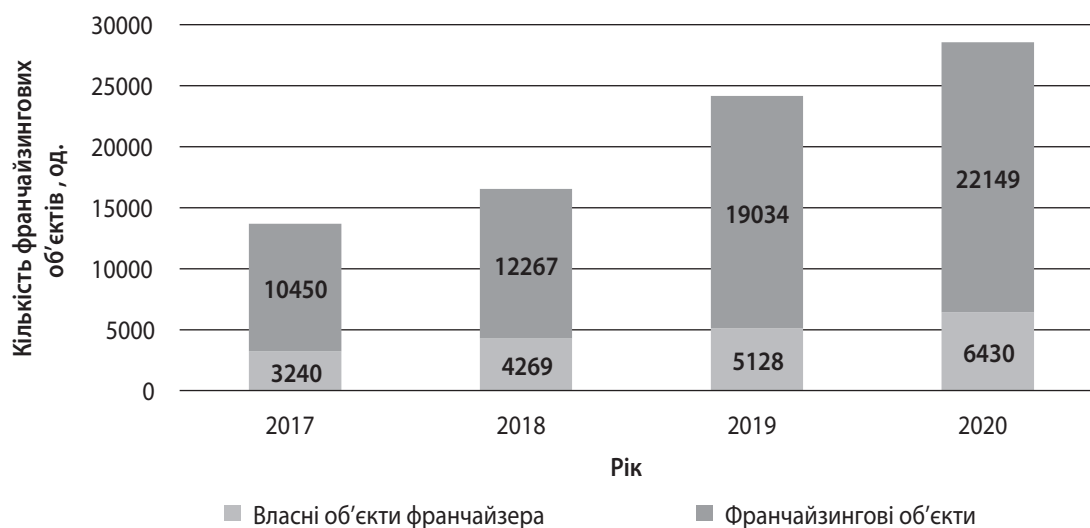


Рис. 2. Динаміка кількості франчайзингових об'єктів в Україні у 2017–2020 рр.

Джерело: складено за [3].

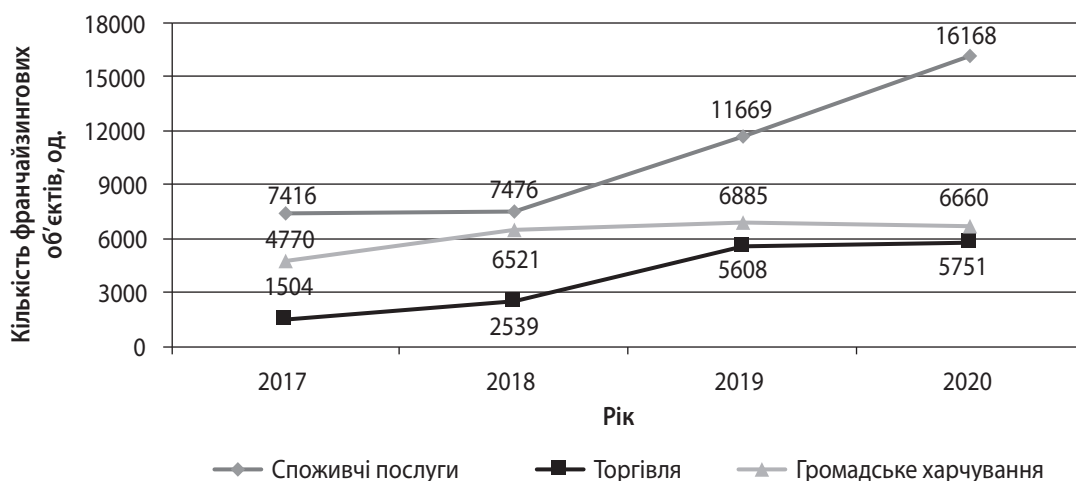


Рис. 3. Динаміка кількості франчайзингових об'єктів в галузях за 2017–2020 рр.

Джерело: складено за [3].

Протягом аналізованого періоду спостерігалася тенденція до постійного збільшення кількості франчайзингових об'єктів за цими галузями. Так, у сфері споживчих послуг кількість франчайзингових об'єктів за 2017–2020 рр. збільшилася на 118%, громадського харчування – на 39,6%, роздрібною торгівлі – на 282,4%.

Найбільш поширеним у 2020 р. франчайзинг був у сфері послуг – 56,6%, громадському харчуванні – 23,3% та роздрібній торгівлі – 20,1%. У 2020 р. кількість франчайзингових об'єктів становила: у сфері споживчих послуг – 16 168 об'єктів, громадського харчування – 6 660 об'єктів, роздрібною торгівлі – 5 751 об'єкт.

Динамічне зростання за 2017–2020 рр. кількості франчайзингових об'єктів у роздрібній торгівлі – з 1 504 до 5 751 – пояснюється присутністю на ринку пропозицій успішних франшиз, які довели свою економічну життєдіяльність, але їх небагато. Це пов'язано з відсутністю власного виробництва в більшості франчайзерів. Як доводить практика, для успішного розвитку українського франчайзингу у сфері роздрібною торгівлі потрібно мати власне виробництво та налагоджену логістику.

Аналіз розвитку франчайзингу в Україні за 2017–2020 рр. показав, що 80% франчайзингового ринку займають національні франшизи. Так, у 2017 р. на франчайзинговому ринку було представлено 361 бренд, з них 268 українських, тобто 74% усіх брендів. Збільшення українських брендів спостерігається і в подальші роки: так, у 2018 р. їх кількість збільшилася з 268 до 325, тобто на 2%; у 2019 р. – з 325 до 390, або на 1%; у 2020 р. – з 390 до 410 – на 3% (рис. 4). У 2020 р. з 513 представлених брендів 410 брендів були українськими.

Закономірним є постійне зростання частки саме українських франшиз, оскільки сама модель франчай-

зингового бізнесу краще враховує місцеві реалії. Франчайзинг, який створений в Україні, більше адаптується під місцеві вимоги ринку. Українські франшизи (приблизно 30% від загальної кількості) вже можуть конкурувати з будь-якими іноземними. Українські франшизи мають комплексну програму розвитку бізнесу та сильний супровід після запуску франчайзингового проекту: локальний маркетинг, бухгалтерію, логістику, навчання та інше. Українські франчайзери роблять все, щоб франчайзі купив саме його франшизу та в подальшому співпрацював на довготерміновій основі.

Найбільш відомі українські франчайзери, які довели працездатність свого бізнесу, це: мережі ресторанів «Mafia», «PESTOCAFÉ», «Хінкальня», пекарні-кав'ярні «LvivCroissants» і «Насолода», «Франсуа», фаст-фуд «CHIKENHUT» і «FreshLine», піцерія «PIZZA CELENTANO», мережі супермаркетів «Наш Край» і «NOVUS», магазини солодощів ручної роботи «Львівська майстерня шоколаду» і «Веселі карамелі», магазини дизайнерського одягу «ANDRE TAN» [4].

Міжнародні компанії з обережністю вибирають собі бізнес-партнерів в Україні. Наш ринок вважається одним із найскладніших через недосконалість нормативно-правової та законодавчої бази, особливості ментальності підприємців, а тепер і через війну. Більшість українських франчайзингових систем зосереджено в Києві, і лише невеликий відсоток франшиз працює у великих регіональних центрах. Існує тенденція до перенасичення міст і компаній, які спрямовують відкриття підрозділів франшизи також на менші міста.

На франчайзинговому ринку України представлена значна кількість франшиз, але з усієї сукупності важко вибрати дійсно доступні та перспективні пропозиції. У 2022 р. співробітництво за франчайзингом пропонувало майже 600 компаній. Дослідження фінансового порталу Fibi дозволило скласти рейтинг найкращих франшиз в Україні у 2022 р. у торгівлі, сфері послуг і громадському харчуванні (табл. 1).

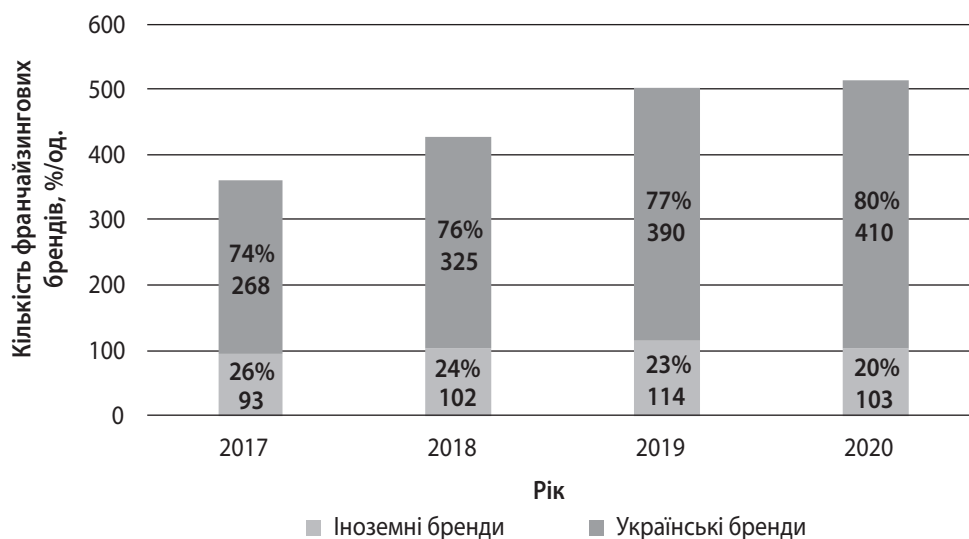


Рис. 4. Динаміка кількості франчайзингових брендів, представлених на ринку України у 2017–2020 рр.

Джерело: складено за [3].

Таблиця 1

Рейтинг найкращих франшиз в Україні у 2022 р.

Назва франшизи	Галузь і сфера діяльності	Розмір інвестицій та роялті	Термін окупності
1	2	3	4
Громадське харчування			
«Good Beer»	Мережа пабів і магазинів з продажу розливного пива	Розмір інвестицій визначається в індивідуальному порядку, з урахуванням розмірів торгового об'єкта	Від 3-х міс.
«Salateira»	Міжнародна мережа ресторанів здорового харчування	Розмір інвестицій 12–250 тис. дол. США, роялті – 3%	18–36 міс.
«Fornetti»	Мережа пекарень	8–15 тис. дол. США (залежно від розмірів закладу)	8 міс.
«Aroma Kava»	Мережа кав'ярень	Початковий внесок 75 тис. грн, роялті 2% від суми щомісячного обороту закладу	6–18 міс.
«I Love Kebab»	Мережа ресторанів швидкого харчування	Вартість франшизи 4–6 тис. дол. США, початкові інвестиції 18 тис. дол. США	До 1 року
Сфера послуг			
«Tez Tour»	Туристичний бізнес	Мінімальний обсяг інвестицій – 100 тис. грн, роялті 1%	24 міс.
«Соната»	Мережа агентств, що спеціалізуються на наданні різних послуг з працевлаштування, візової підтримки, стажуванні та туризму за кордоном	Вступний внесок 500–800 дол. США	Від пів року
«IT Education Academy»	Підготовка IT-фахівців	Вартість франшизи – від 6,5 тис. дол. США, інвестиції 5–35 тис. дол. США	10–12 міс.
«Woman Insight»	Центри жіночого розвитку	Інвестиції 15–20 тис. дол. США, вступний внесок до 40 тис. дол. США, роялті 5%	До 14 міс.
«Дитячий садок «Тотоша»	Мережа дошкільних освітніх установ з розвитку та навчання дітей	Вартість франшизи 6–10 тис. дол. США, розмір інвестицій визначається розміром садка та становить мінімум 41 тис. дол. США	18–30 міс.

1	2	3	4
Роздрібна торгівля			
«Еко-Лавка»	Мережа торгових об'єктів з продажу натуральної, екологічно чистої продукції	Розмір інвестицій складає 550–650 тис. грн, роялті – 3%	До 18 міс.
«Novus»	Мережа супермаркетів	Розмір інвестицій 1 млн дол. США і залежить від формату кожного окремого торгового об'єкта. Роялті та внесок на рекламу становить по 1% від щомісячного товарообороту	36 міс.
«Zarina»	Мережа магазинів з продажу власних колекцій ювелірних дорогоцінних прикрас	Інвестиції – 350 тис. дол. США	12 міс.
«Lukas-Kids»	Мережа магазинів з продажу шкільної форми та дитячого одягу	Інвестиції 15–40 тис. дол. США	9 міс.
«Apothecary Skin Desserts»	Продаж косметики	Інвестиції 40 тис. дол. США, розмір вступного внеску складає 5–10 тис. дол. США	Від пів року

Джерело: складено на основі [5].

Після оголошення на території України воєнного стану та початку активної фази бойових дій більша частина бізнесу була фактично паралізована через різноманітні моральні, психологічні, економічні обставини та неможливість здійснення діяльності підприємствами, які знаходяться на території проведення бойових дій.

У сьогоднішні непрості воєнні часи надзвичайно важливим для суспільства є економічний фронт. Без економічної активності неможливе повноцінне функціонування держави в умовах воєнного стану. Саме з цією метою держава почала активно запроваджувати комплексні зміни до законодавства та державні програми, спрямовані на підтримку української економіки.

Постановою № 314 від 18 березня 2022 р. Кабмін запровадив декларативний принцип набуття права на провадження господарської діяльності без необхідності отримання документів дозвільного характеру, ліцензій тощо. Тобто в період воєнного стану перед початком діяльності підприємцю необхідно подати декларацію встановленої форми до Міністерства економіки, а у випадках здійснення охоронної діяльності – до Міністерства внутрішніх справ. Водночас є низка виключень, серед яких – діяльність, пов'язана з радіоактивними та іншими небезпечними речовинами, видобутком корисних копалин, виробництвом лікарських засобів, зовнішньоекономічною діяльністю, організацією та проведенням азартних ігор, оцінкою відповідності щодо технічних регламентів тощо. Для цих видів діяльності порядок отримання дозвільних документів залишається незмінним [6].

Подати декларацію можна онлайн через портал електронних довірчих послуг, або на порталі «Дія», або

в найближчому ЦНАПі. Ця функція доступна з моменту опублікування Постанови, тобто з 25 березня 2022 р. Після закінчення воєнного стану суб'єкти господарювання повинні не пізніше одного місяця звернутися до органу ліцензування та отримати дозвіл на загальних умовах, передбачених законодавством. Документ містить уточнення щодо дії ліцензій на виробництво, зберігання, обіг та продаж підакцизних товарів, щодо яких не сплачено черговий платіж або закінчився їх термін дії. Зокрема, спирту, алкогольних напоїв, тютюнових виробів та рідин, що використовуються в електронних сигаретах, пального. На період воєнного стану ліцензії вважаються чинними, а платежі та продовження ліцензії мають бути здійснені протягом 30 днів після припинення воєнного стану. Постанова передбачає суттєву дерегуляцію господарської діяльності, зокрема замість близько 600 різних видів ліцензій та дозволів чинними залишаються лише близько 50.

Це дасть значний поштовх у розвитку економіки та підприємницької діяльності в умовах воєнного стану, а також буде сприяти розвитку франчайзингу в ці важкі для нашої країни часи.

Також були внесені зміни до Трудового кодексу, спрямовані на лібералізацію трудових відносин під час дії воєнного стану. Серед основних новацій: можливість збільшення робочого часу із 40 до 60 годин на тиждень та зменшення обов'язкового вихідного дня до одного, можливість призупинення дії трудового договору. Спрощена система звільнення та скорочення працівників у зоні проведення активних бойових дій та звільнення від відповідальності за порушення строків виплати заробітної плати за умови, якщо роботодавець доведе, що така затримка пов'язана з веденням активних бойових дій або викликана іншими вагомими причинами [7].

Розпорядження Кабінету Міністрів № 212-р від 11 березня 2022 р. надає право юридичним особам здійснювати видаткові платежі з рахунків, на кошти яких було накладено арешт органами виконавчої служби або приватними виконавцями, виключно на такі цілі:

- ✦ виплата заробітної плати в розмірі не більше 5 мінімальних заробітних плат в місяць на одного працівника;
- ✦ сплата податків, зборів та єдиного внеску на загальнообов'язкове соціальне страхування [8].

Закон про зміни до Податкового кодексу передбачає введення нового тимчасового механізму оподаткування суб'єктів господарювання, що добровільно можуть перейти на нього. Зокрема, компанії з обсягом доходу до 10 мільярдів гривень мають право стати платниками єдиного податку 3-ї групи. Дана система передбачає:

- ✦ ставку податку 2% від доходу (замість 18% податку на прибуток);
- ✦ ПДВ (20%) з операцій на території України не застосовується;
- ✦ відсутнє обмеження кількості працівників.

Крім того, зміни передбачають також зупинення перебігу строків, визначених Податковим кодексом України на час воєнного стану.

Закон передбачає також скасування податкових перевірок на час дії воєнного стану за винятком фактичних перевірок, зокрема щодо можливості сплати картками. Така позиція цілком корелюється з позицією НБУ про необхідність проведення безготівкових операцій у поточних умовах для підтримки економіки України. Пеня за порушення податкового законодавства внаслідок введення воєнного чи надзвичайного стану не нараховується, а нарахована пеня підлягає анулюванню [9].

Відповідно до Постанови Кабінету Міністрів № 303 від 13 березня 2022 р. на час дії воєнного стану припиняється проведення планових і позапланових заходів державного нагляду (контролю) та державного ринкового контролю. Виключенням є здійснення позапланових заходів державного нагляду (контролю) щодо запобігання неконтрольованому зростанню цін на товари, що мають істотну соціальну значущість [10].

Також суттєві послаблення відбулися у сфері податкової звітності та сплати податків. Платники податків мають право подати податкову та іншу звітність протягом 90 календарних днів після скасування правового режиму воєнного стану, а отже, відповідальність за несвоєчасне подання звітності під час воєнного стану та протягом 90 днів після його припинення також не настає.

На час дії правового режиму воєнного стану не будуть застосовуватися і фінансові санкції за порушення, пов'язані з використанням реєстраторів розрахункових операцій (РРО).

Постанова Кабінету Міністрів України № 234 від 9 березня 2022 р. визначає спрощені вимоги до маркування харчової продукції. Операторам ринку харчових продуктів та кормів, які не в змозі виконати вимоги щодо інформації про імпортовані харчові продукти, дозволяється здійснювати реалізацію продукції з інформацією, викладеною іноземною мовою. При цьому партії зазначених харчових продуктів та кормів повинні супроводжуватись інформацією про харчові продукти, викладеною державною мовою [11].

Дозволяються імпорт і реалізація тютюнових виробів за визначеними кодами з маркуванням, відповідно до вимог країни – члена ЄС, яка є виробником такої продукції, без додержання вимог до маркування за українським законодавством. Їх обіг можливий протягом трьох місяців після припинення воєнного стану.

Також важливим є офіційний лист-підтвердження Торгово-промислової палати України про настання форс-мажорних обставин у зв'язку з початком війни з російською федерацією, що дає змогу бізнесу відтермінувати виконання договірних зобов'язань [12]. Однак для ефективної реалізації цього механізму та мінімізації можливих ризиків, пов'язаних з невиконанням певних умов договору, варто провести аналіз умов, визначених у договорах, з відповідними контрагентами, а також підготувати доказовий пакет документів, який буде підтверджувати причинно-наслідковий зв'язок між обставинами та неможливістю виконання умов договору.

Дерегуляція бізнесу та запровадження податкових пільг – це єдиний шлях для ефективного функціонування економіки в умовах воєнного стану. Вона надає додаткові можливості для виживання та розвитку франчайзингу в Україні.

Воєнний стан не означає, що треба зупинити всі бізнес-процеси та припинити роботу бізнесу. Необхідно подумати про те, як забезпечити свій бізнес і масштабувати його не тільки в Україні, але і за її межами: відкривати представництва або франчайзингові об'єкти на інших територіях. Це посилить сам бренд, його капіталізацію, інвестиції та захистить бізнес від неприємних форс-мажорів.

Під час війни деякі країни суттєво спростили правила для відкриття бізнесу українцями. Так, у Польщі достатньо отримати особистий код і, навіть маючи український паспорт, можна стати підприємцем. До того ж, два підприємця можуть об'єднати зусилля в так званій «спільці цивільній» та бути партнерами зі спільним рахунком (але це не буде юридична особа). Проте слід зазначити, що за кордоном навіть для вуличної торгівлі існує практика внесення депозиту в розмірі 3–4-місячної плати за оренду приміщення. В Україні таке практикують лише в торговельних центрах. Додатковою перевагою польського ринку для українського бізнесу є територіальна близькість.

Наприклад, зараз у Польщі добре розвиваються франшизи «П'яна вишня», «Хінкальня», а також перукарні «Haircut Express» («Експрес-стрижка») [13].

Через війну українські бізнеси почали масово відкриватися в Європі, що створює ринок українських франшиз. До консалтингової компанії «Franchise Group», яка просуває франчайзинг, щодня надходять п'ять–сім запитів на запуск франшизи за кордоном. До війни таких запитів було два–три на тиждень [14].

Але не тільки за кордоном зараз сприятливий час для розвитку франчайзингу. Сьогодні в західних областях України, наприклад на Закарпатті, прибутки бізнесу значно збільшилися за рахунок тих, хто переїхав у більш безпечні місця.

Після стабілізації ситуації в столиці деякі підприємці намагаються відкрити власний бізнес, адже саме зараз – найкращий час для оренди або придбання гарних приміщень за адекватні гроші. Франшиза як інструмент для зменшення ризику втрати інвестицій підходить для цього найкраще. Зараз найбільшим попитом користуються франшизи, які потребують невеликих грошових вкладень і гарантують швидку окупність. Найбільш популярні франшизи, що спрямовані на задоволення нагальних потреб населення, – у сфері громадського харчування, медицини, освіти тощо.

Випробування війною в Україні довели, що залишилися лише найефективніші франчайзингові бізнес-моделі: «Нова пошта», «Франс.уа», «Сімейна пекарня» та інші [13].

Отже, ринок франчайзингу все ще набирає обертів в Україні. Протягом останніх років він повільно, але стабільно розвивається, що підтверджує щорічний приріст кількості франчайзерів та франчайзингових об'єктів, збільшення кількості вітчизняних та іноземних брендів на франчайзинговому ринку. Держава запровадила комплексні зміни до законодавства та державних програм, спрямованих на підтримку української економіки та розвитку бізнесу, що буде сприяти поширенню франчайзингу. ■

БІБЛІОГРАФІЯ

1. Григоренко Т. М. Управління розвитком франчайзингових роздрібних торговельних мереж : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.04. Київ, 2015. 24 с.
2. Симоненко К. На всьому готовому: як в Україні розвивається ринок франчайзингу / RAU. Січень 2021. URL: <https://rau.ua/novyni/ukrayini-rynok-franchajzingu/?fbclid=IwAR34G9jzmur4p-VOhGG7CRM-Tn1cmueZfCgMK1JHJJuZk456ktKa9sD9a3k>
3. Про франчайзинг. Аналітичний звіт 2020. URL: <https://franchisegroup.com.ua/about-company/franchising/>
4. Давидюк Л. П. Розвиток франчайзингового бізнесу в Україні та світі. *Причорноморські економічні студії*. 2019. Вип. 46-1. С. 13–19. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.46-2>

5. Петрова К. Франчайзинг та кращі франшизи в Україні в 2022 за версією редакції Fibi // fibi. 06.09.2021. URL: <https://fibi.tech/news/robota/franchajzing-ta-krashi-franshizi-v-ukrayini-v-2021-za-versiyeyu-redakciyi-fibi>
6. Постанова Кабінету Міністрів України «Деякі питання забезпечення провадження господарської діяльності в умовах воєнного стану» від 18.03.2022 р. № 314. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/314-2022-p#Text>
7. Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо оптимізації трудових відносин» від 01.07.2022 р. № 2352-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2352-20#Text>
8. Розпорядження Кабінету Міністрів «Про забезпечення здійснення розрахунків підприємств, установ, організацій в умовах воєнного стану» від 11.03.2022 р. № 212-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/212-2022-p#Text>
9. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та інших законодавчих актів України щодо перегляду окремих пільг з оподаткування» від 21.06.2022 р. № 2325-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2325-20#Text>
10. Постанова Кабінету Міністрів України «Про припинення заходів державного нагляду (контролю) і державного ринкового нагляду в умовах воєнного стану» від 13.03.2022 р. № 303. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/303-2022-p#Text>
11. Постанова Кабінету Міністрів України «Про заходи щодо забезпечення в умовах воєнного стану безперебійного постачання імпортованих харчових продуктів і кормів» від 09.03.2022 р. № 234. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/234-2022-p#Text>
12. Офіційний лист Торгово-промислової палати України щодо підтвердження форс-мажорних обставин : від 28.02.2022 р. № 2024/02.0-7.1 URL: https://cci.vn.ua/wp-content/uploads/2022/02/Lyst_TPPU_fors-mazhor_-28.02-1.jpg
13. Симоненко К. Бойова франшиза: як швидко масштабувати бізнес у воєнний час. URL: <https://rau.ua/novyni/franshiza-biznes-u-voienij-chas/>
14. Чорний А. В Україні 800 вітчизняних франшиз. Куди потрібно інвестувати і коли окупляться вкладення // Forbes. 05.04.2021. URL: <https://forbes.ua/money/samyepopulyarnyefranshizyukrainy-skolkonuzhnoinvestirovatikogdaokupyatsyavlozheniya-05042021-1297>

REFERENCES

- Chornyi, A. "V Ukraini 800 vitchyznianskykh franshyz. Kudy potribno investuvaty i koly okupliatsia vkladennia" [There Are 800 Domestic Franchises in Ukraine. Where to Invest and When the Investment Will Pay off]. *Forbes*. April 05, 2021. <https://forbes.ua/money/samyepopulyarnyefranshizyukrainy-skolkonuzhnoinvestirovatikogdaokupyatsyavlozheniya-05042021-1297>
- Davydiuk, L. P. "Rozvytok franchajzinhovoho biznesu v Ukraini ta sviti" [Development of Franchising Business in Ukraine and in the World]. *Prychornomorski ekonomichni studii*, no. 46-1 (2019): 13-19. DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.46-2>

Hryhorenko, T. M. "Upravlinnia rozvytkom franchaizyn-hovykh rozdrubnykh torhovelnykh merezh" [Management of the Development of Franchised Retail Trade Networks]: *avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk : 08.00.04*, 2015.

[Legal Act of Ukraine] (2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/314-2022-n#Text>

[Legal Act of Ukraine] (2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2352-20#Text>

[Legal Act of Ukraine] (2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/212-2022-p#Text>

[Legal Act of Ukraine] (2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2325-20#Text>

[Legal Act of Ukraine] (2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/303-2022-n#Text>

[Legal Act of Ukraine] (2022). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/234-2022-n#Text>

"Ofitsiyni lyst Torhovo-promyslovoi palaty Ukrainy shcho-do pidtverdzhennia fors-mazhornykh obstavyn : vid 28.02.2022 r. no. 2024/02.0-7.1" [Official Letter of the Chamber of Commerce and Industry of Ukraine Regarding Confirmation of Force Majeure Circumstances: Dated February 28, 2022 no. 2024/02.0-7.1]. https://cci.vn.ua/wp-content/uploads/2022/02/Lyst_TPPU_fors-mazhor_-28.02-1.jpg

"Pro franchaizynh. Analitychnyi zvit 2020" [About Franchising. Analytical Report 2020]. <https://franchisegroup.com.ua/about-company/franchising/>

Petrova, K. "Franchaizynh ta krashchi franshyzy v Ukraini v 2022 za versiiu redaktsii Fibi" [Franchising and the Best Franchises in Ukraine in 2022 According to the Version of the Editors of Fibi]. *fibi*. September 06, 2021. <https://fibi.tech/news/robota/franchajzing-ta-krashi-franshizi-v-ukrayini-v-2021-za-versiyu-redakciyi-fibi>

Symonenko, K. "Boiova franshyza: yak shvydko masshtabuvaty biznes u voiennyi chas" [Combat Franchising: How to Scale a Business Fast in Wartime]. <https://rau.ua/novyni/franshiza-biznes-u-voiennij-chas/>

Symonenko, K. "Na vsyomu hotovomu: yak v Ukraini rozvyvaietsia rynek franchaizynhu" [Everything Is Ready: How the Franchising Market is Developing in Ukraine]. *RAU*. Sichen 2021. <https://rau.ua/novyni/ukrayini-rynok-franchajzyngu/?fbclid=IwAR34G9jzmur4p-VOhG-G7CRM-Tn1cmueZfCgMK1JHHJuZk456ktKa9sD9a3k>