

УДК 339.187

DOI: <https://doi.org/10.30838/EP.204.37-43>

Беседіна К.В.

Farmer's Milk Inc.

Besedina Karyna

Farmer's Milk Inc.

<https://orcid.org/0009-0000-8558-433X>

СУЧАСНІ ТРЕНДИ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГУ У СФЕРІ HORECA: КЕЙС-СТАДІ США ТА УКРАЇНИ

У статті досліджено сучасні тенденції розвитку франчайзингу у сфері HoReCa з акцентом на глобальний досвід та український ринок. Проаналізовано основні моделі франчайзингу, виявлено ключові світові тренди, зокрема розвиток QSR, ghost kitchens, автоматизацію та e-franchise. Розглянуто динаміку малого бізнесу через франшизи у США та Європі, окреслено виклики, пов'язані з економічною нестабільністю, інфляцією, кадровим забезпеченням і контролем якості. Особливу увагу приділено порівнянню специфіки функціонування франчайзингу в Україні та США, включно з регуляторними аспектами, собівартістю продукції та структурою витрат. Представлено кейс-стаді Farmer's Milk Inc. як приклад успішної адаптації української франшизи до ринку США із застосуванням глокалізації та швидкого масштабування. Визначено стратегічні перспективи розвитку галузі, зокрема удосконалення правової бази, активізацію державної підтримки, інтеграцію інноваційних технологій у бізнес-моделі та розширення можливостей для жінок у підприємництві.

Ключові слова: франчайзинг, HoReCa, глокалізація, бізнес-моделі, малий бізнес, США, Україна.

CURRENT TRENDS IN FRANCHISING DEVELOPMENT IN THE HORECA SECTOR: CASE STUDIES OF THE USA AND UKRAINE

The article examines current trends in the development of franchising in the HoReCa sector, focusing on both the global experience and the Ukrainian market. It provides an overview of the main franchising models and identifies key international trends, including the expansion of quick-service restaurants (QSR), the emergence of ghost kitchens, the increasing role of automation, and the rise of e-franchise solutions. The study analyses the role of franchising in the growth of small businesses in the United States and Europe, highlighting its resilience and adaptability in dynamic economic environments. The comparative analysis between the Ukrainian and U.S. markets reveals notable differences in regulatory frameworks, cost structures, and market entry barriers. In the U.S., the process of opening a franchise outlet involves a lengthy permitting procedure, strict safety and sanitary requirements, and long-term lease agreements, which may slow down initial expansion but ensure legal certainty and stability. In Ukraine, franchise start-up procedures are generally faster and less formalised, though the regulatory environment remains less predictable and offers weaker legal protection for franchisees and franchisors alike. Special attention is given to the main challenges faced by franchising networks, such as economic instability, inflation, workforce shortages, and quality control issues. A case study of Farmer's Milk Inc. is presented as an innovative example of a Ukrainian-origin franchise successfully adapting to the U.S. market through localisation of production, partnerships with American farmers, and brand development among the Ukrainian diaspora. This case demonstrates practical implementation of contemporary franchising concepts, including glocalisation, fast scaling, and social impact through job creation. The article concludes with an assessment of development prospects, emphasising the importance of legislative improvements, state support for franchising, and expanded opportunities for women entrepreneurs. The findings underline the role of franchising as a driver for sustainable growth in HoReCa and a mechanism for strengthening the competitive position of small and medium-sized enterprises in both domestic and international markets.

Keywords: franchising, HoReCa, glocalization, business models, small business, USA, Ukraine.

JEL classification: F20, F23.

Постановка проблеми. Умови глобалізації та зростання конкуренції висувають перед підприємствами нові виклики, зокрема пов'язані з підвищенням рівня ризиків господарської діяльності. Одним із дієвих механізмів адаптації до таких умов є налагодження партнерських зв'язків і посилення міжфірмової взаємодії,

що сприяє збереженню конкурентних переваг, сталому розвитку та обміну професійним досвідом. Однією з ефективних форм такої співпраці виступає франчайзинг, який відповідає вимогам бізнесу в умовах високої невизначеності.

У сучасній економіці франчайзинг активно

утверджується як форма управління підприємницькою діяльністю, що динамічно розвивається в межах глобальної ринкової системи. Попри те, що для українського бізнес-середовища франчайзинг є відносно новим явищем, у провідних країнах світу його застосування має давню традицію як засобу задоволення широкого спектра споживчих потреб у сфері товарів і послуг.

Завдяки франчайзингу підприємства, зокрема в ресторанному бізнесі, отримують додаткові конкурентні переваги, розширюють масштаби діяльності без суттєвих витрат на створення розгалуженої адміністративної структури, а також трансформують наявну мережу в ефективну бізнес-модель із залученням висококваліфікованих кадрів.

Франчайзинговий ринок України має значний потенціал для подальшого розвитку. Це зумовлено, з одного боку, наявністю розвинутого сектору малого та середнього бізнесу, зацікавленого у масштабуванні через франшизи, а з іншого - зростанням споживчої культури та попиту на якісні товари й послуги, що створює сприятливі умови для розширення франчайзингових мереж.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз сучасних наукових публікацій свідчить про зростаючий інтерес дослідників до вивчення франчайзингу як інструменту розвитку підприємництва та масштабування бізнесу в умовах глобалізації й цифрової трансформації.

Автори Мельник В. та Скібіцька Л. (2021) наголошують, що франчайзингова модель здатна забезпечувати стабільний розвиток підприємницьких структур навіть в умовах економічної нестабільності. Авторів підкреслюють важливість адаптивних механізмів і антикризового управління для збереження конкурентоспроможності франшиз в Україні [V. Melnik & L. Skibitska, 2021]. Пенчук Г. і Тур О. (2020) визначають франчайзинг як інноваційну форму управління, яка поєднує переваги перевіреної бізнес-моделі та підтримки франчайзера, проте звертають увагу на правові та фінансові бар'єри його розвитку [G. Penchuk & O. Tur, 2020].

Дослідження вітчизняних авторів, присвячені соціальному франчайзингу, підкреслюють його роль як бізнес-моделі з соціальною метою, що забезпечує економічну стійкість і соціальну інклюзію, особливо у сферах освіти та соціальних послуг. Міжнародні роботи (Calderon-Monge & Huerta-Zavala, 2025) розглядають франчайзинг крізь призму сталого розвитку, акцентуючи на інтеграції принципів ESG та досягненні Цілей сталого розвитку (SDGs). Виявлено брак досліджень щодо ролі цифрових інновацій і CSR-ініціатив у підвищенні довгострокової життєздатності франшиз.

Міжнародні системні огляди (Alon et al., 2020) демонструють, що за останні півстоліття франчайзинг трансформувався у високодинамічну форму міжнародного бізнесу з кількома дослідницькими напрямками: стратегії масштабування, організаційне навчання, динамічні управлінські компетенції. У сфері HoReCa особливу увагу приділяють нетрадиційним форматам (ghost kitchens, віртуальні бренди), автоматизації та е-

franchise рішенням, які зменшують витрати й пришвидшують масштабування.

Згідно з дослідженнями Business Inform (2025), українські франшизи успішно поєднують сучасні технології з локальною адаптацією, що сприяє їх конкурентоспроможності як на внутрішньому, так і на зовнішніх ринках. При цьому ключовими викликами залишаються правове регулювання, фінансові обмеження, дефіцит кваліфікованих кадрів та необхідність підтримки якості при швидкому масштабуванні.

Водночас, попри зростаючу увагу науковців до франчайзингових моделей, залишається недостатньо дослідженим порівняльний аналіз практик розвитку франшиз у сфері HoReCa в Україні та США з урахуванням сучасних глобальних трендів, специфіки регуляторного середовища та впливу цифрових технологій на адаптаційні стратегії бізнесу.

Метою статті є дослідження сучасних тенденцій розвитку франчайзингу у сфері HoReCa, аналіз глобального та українського досвіду його функціонування, визначення основних викликів і перспектив, а також вивчення практичних кейсів успішної адаптації українських франшиз на ринку США та Європи.

Виклад основних результатів дослідження. Франчайзинг є поширеною формою організації бізнесу в багатьох країнах світу, і останніми роками спостерігається зростання його популярності й в Україні. На сьогодні в країні функціонує значна кількість франчайзингових мереж, що охоплюють різноманітні сектори економіки, зокрема роздрібну торгівлю, ресторанний бізнес, заклади швидкого обслуговування, індустрію краси, фітнес-послуги тощо. Це свідчить про зростаючий попит на франчайзингову модель як з боку підприємців, так і з боку споживачів.

Однією з ключових переваг франчайзингу є можливість започаткування власної справи на основі вже відпрацьованої та успішної бізнес-моделі, що супроводжується підтримкою франчайзера та використанням відомого бренду. Такий підхід дозволяє зменшити ризики, характерні для запуску нового підприємства, та підвищити ймовірність його комерційного успіху.

Огляд сучасної економічної літератури свідчить про відсутність уніфікованого та вичерпного визначення поняття «франчайзинг», яке б повною мірою відображало його багатогранну природу. У наукових і прикладних дослідженнях франчайзинг трактується по-різному: як специфічна форма ліцензування, різновид інвестування, механізм вертикальної інтеграції великих і малих підприємств через систему франшиз, а також як форма кооперації економічних суб'єктів різного масштабу. Крім того, його розглядають як інструмент просування та збуту товарів і послуг, елемент стратегічного маркетингу, модель організації підприємницької діяльності та одну з форм економічного партнерства.

Зазначені підходи відображають окремі аспекти складного й багатофункціонального явища, яке характеризується різноманітними формами реалізації. Це, у свою чергу, зумовлює багатовекторність підходів до класифікації франчайзингу за такими критеріями, як

характер діяльності об'єкта франшизи, кількість франшиз, стратегія розширення франчайзингової мережі, структура побудови франшизної системи, позиціонування франчайзера у збутовому ланцюгу, а також інвестиційна вартість франшизи [1].

Залежно від форми, у якій франчайзер передає франчайзі продукцію (товари, роботи або послуги) для реалізації, виокремлюють кілька основних видів франчайзингу. Товарний (торговий або збутовий) франчайзинг передбачає надання права на продаж продукції, виготовленої франчайзером, у межах визначеної території під його торговою маркою чи комерційним позначенням. Виробничий франчайзинг базується на передачі права на виготовлення та реалізацію товарів під брендом франчайзера з використанням унікальної технології та визначеної сировини (переважно одного або декількох ключових інгредієнтів), що постачаються самим франчайзером за умов обов'язкового контролю якості. Діловий франчайзинг, або франчайзинг бізнес-формату, полягає в передачі повного технологічного комплексу організації та ведення підприємницької діяльності. Окремо виокремлюють змішаний франчайзинг, що поєднує елементи товарного, виробничого та ділового франчайзингу в різних комбінаціях.

Класифікація за кількістю франшиз передбачає два основних варіанти: франчайзинг окремого підприємства, коли франчайзі володіє та керує єдиним бізнес-об'єктом, і корпоративний франчайзинг, за якого франчайзі управляє цілою мережею франшизних підприємств із залученням найманих управлінців.

Відповідно до структури побудови франшизної системи, розрізняють індивідуальний франчайзинг, що реалізується одним суб'єктом на визначеній території; регіональний франчайзинг, при якому франчайзі отримує право розвивати мережу у межах окремого регіону; субфранчайзинг, що передбачає передачу частини прав третьому суб'єкту; а також франчайзинг, що розвивається, орієнтований на широке територіальне охоплення з масштабною експансією франшизної мережі.

У 2024 р. франчайзингова індустрія демонструє стрімкі зміни, пов'язані з впровадженням нових технологій, зростаючим акцентом на здоров'я, добробут споживачів і екологічну відповідальність. За статистикою, франчайзингові підприємства можуть забезпечити прибутковість у межах 4-12% протягом кількох років, при цьому рівень виживання найуспішніших франшиз становить 63,3%, що значно перевищує аналогічні показники для малого бізнесу.

Найбільш динамічне зростання демонструють сектори персональних послуг, закладів швидкого обслуговування (QSR) та готельної індустрії. Франшизи активно адаптуються до нових запитів споживачів, пропонуючи індивідуалізовані продукти та унікальний досвід взаємодії. Зокрема, для потрапляння до рейтингу *Entrepreneur's Franchise 500®* франчайзери повинні мати щонайменше 10 діючих точок у США або Канаді станом на 31 липня 2023 р.

Помітним трендом є зростання популярності дистанційної роботи та використання нетрадиційних локацій. Окрім того, франчайзингові компанії дедалі

більше зосереджуються на принципах різноманіття та інклюзії. Прикладом однієї з найприбутковіших франшиз є компанія *Express Employment Professionals* - агенція з працевлаштування.

За даними платформи *UpFlip*, щомісячний дохід оглянутих франшиз коливається від 60 000 до 166 700 доларів США, при цьому стартові інвестиції становлять від 69 000 до 100 000 доларів, а рівень прибутковості - близько 30%. Відстеження та впровадження нових галузевих трендів є важливим чинником успіху як для нових, так і для вже діючих франчайзерів [2].

У США та Європі франчайзинг виступає потужним інструментом для стимулювання росту малого бізнесу, створення робочих місць та економічного розвитку. У Сполучених Штатах франчайзинг залишається ключовим драйвером розвитку малого бізнесу та створення робочих місць. За прогнозами IFA, у 2024 р. кількість франчайзингових об'єктів в США зростає приблизно на 15 000, до 821 000 одиниць, а загальна кількість зайнятих у цій сфері досягла 8,9 млн осіб. Очікується, що до 2025 р. кількість франчайзингових закладів у США зросте до приблизно 851 000, що на 2,5% більше, ніж у попередньому році; одночасно кількість працевлаштованих у франшизах осіб перевищить 9 мільйонів, що становить 2,4% приросту [4].

Статистичні дані також демонструють, що франшизи генерують потужний економічний ефект: обсяги продажів (output) прогнозуються на рівні \$936,4 млрд, тоді як внесок у ВВП США становитиме приблизно \$578 млрд - темпи зростання випереджають загальнонаціональні. Фокус на сфері персональних послуг (personal services), швидкого харчування (QSR) і роздрібної торгівлі підсилює роль франчайзингу як каталізатора розвитку малого бізнесу.

Як показують європейські дослідження, у Німеччині станом на 2023 р. функціонували 910 франчайзингових систем, які забезпечували дохід у розмірі 147,6 млрд євро, а чисельність зайнятих - близько 830 000 осіб. Усе це свідчить, що франчайзинг ефективно підтримує розвиток малого бізнесу, особливо в періоди економічної невизначеності, створюючи структуру, де підприємці можуть реалізувати власні ідеї у рамках перевіреної бізнес-моделі [3].

Станом на початок 2022 р. в Україні було зареєстровано понад 590 компаній-франчайзерів і більше ніж 24 000 франчайзингових точок, що свідчить про стабільне зростання інтересу до франчайзингу як ефективної бізнес-моделі. Така кількість об'єктів демонструє значне проникнення цієї форми підприємництва в українське середовище малого та середнього бізнесу [5].

Франчайзинг в Україні активно розвивається в більшості секторів економіки. Особливо популярними залишаються напрями громадського харчування - пекарні, кав'ярні, заклади стрітфуду, а також сфера послуг: салони краси, туристичні агентства тощо. Крім того, значну частку займають освітні центри для дітей і проекти, пов'язані з охороною здоров'я. За кількістю франчайзингових об'єктів лідирують послуги, на другому місці - роздрібна торгівля, а громадське харчування посідає третє місце. Особливо помітний

розвиток українського ритейлу через франчайзингову модель спостерігається у компаній із власним виробництвом та налагодженими логістичними процесами. Це свідчить про ефективність франчайзингу як каналу розширення бізнесу, що дозволяє зміцнювати позиції бренду, залучати нових партнерів та клієнтів, а також забезпечувати прибуткову діяльність як для франчайзерів, так і для франчайзі [6].

Проаналізувавши динаміку розвитку франчайзингу в Україні з 2009 по 2021 р., можна простежити хвилюподібний характер зростання кількості франчайзерів. Після піку у 2015 р. (565 франчайзерів) та падіння у 2016-2017 рр. (461 і 361 відповідно), ситуація поступово стабілізувалася. У 2021 р. нараховувалося вже 554 франчайзери. За попередніми оцінками, станом на початок 2022 р. кількість франчайзерів зросла до 592,

а кількість франчайзингових об'єктів перевищила 24 тисячі. Попри виклики, пов'язані з повномасштабною війною, частина бізнесів змогла адаптуватися, в тому числі через релокацію, цифровізацію бізнес-процесів і вихід на міжнародні ринки.

З урахуванням підтримки малого бізнесу, відкриття нових ринків у країнах Європи, а також активного інтересу до українських брендів серед діаспори, у 2023-2025 рр. франчайзинг в Україні демонструє тенденцію до якісного зростання. Експерти Franchise Group зазначають, що до кінця 2025 р. кількість активних франчайзерів може перевищити позначку в 600, а кількість об'єктів - 26 000. Основними рушіями цього зростання залишаються HoReCa, роздрібна торгівля, освітні послуги та сфера здоров'я. Динаміку та її умови показано в табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка кількості франчайзерів в Україні (2009-2025)

Рік	Кількість франчайзерів	Коментар
2009	315	Початок активного зростання після кризи 2008 року
2010	375	Поступове зростання інтересу до франчайзингу
2011	412	Активізація малого бізнесу через партнерські моделі
2012	455	Франчайзинг стабільно розвивається
2013	502	Пік досягнуто напередодні політичної нестабільності
2014	545	Незважаючи на кризу, ринок ще тримається
2015	565	Найвищий показник до початку спаду
2016	461	Падіння через економічну і політичну нестабільність
2017	361	Мінімум за останні роки
2018	428	Початок відновлення ринку
2019	496	Активізація франчайзингу в HoReCa і сервісах
2020	522	Незначне зростання попри пандемію COVID-19
2021	554	Повернення до докризового рівня
2022	592	Сильне зростання попри війну, популярність HoReCa франшиз
2023	625	Розвиток українських брендів за кордоном, зокрема в США та Польщі
2024	665	Активна діджиталізація, підтримка експорту франшиз
2025	710	Очікуване поживлення малого бізнесу, адаптація до європейських ринків

Джерело: динаміка зростання [7]

У сучасному економічному середовищі франчайзинг, як і будь-яка інша форма підприємницької діяльності, стикається з низкою викликів, що значною мірою впливають на темпи його розвитку, особливо в секторі HoReCa (готелі, ресторани, кейтеринг). Основними з них залишаються економічна нестабільність, інфляційний тиск, дефіцит кваліфікованих трудових ресурсів та труднощі із забезпеченням сталого контролю якості в масштабованих мережах.

Економічна нестабільність викликана як глобальними рецесійними явищами, так і локальними геополітичними ризиками. Це зумовлює обережність

інвесторів та франчайзі щодо відкриття нових об'єктів, особливо у високоризикових регіонах. За даними IFA, у 2023-2024 рр. зростання вартості капіталу та коливання валют значно знизили темпи відкриття нових франшиз у країнах з нестабільною економікою.

Інфляція та зростання цін на енергоносії, продукти харчування та оренду комерційної нерухомості безпосередньо впливають на рентабельність франшиз у сфері громадського харчування. Для сектору QSR (quick-service restaurants), де маржа і так є порівняно низькою, ці чинники стають критичними. Згідно з даними Statista (2024), понад 62% франчайзі в галузі

харчування вказують на зниження прибутковості через інфляційні витрати [8].

Дефіцит трудових ресурсів - ще один вагомий виклик. Після пандемії COVID-19 багато працівників сфери обслуговування перейшли в інші галузі, що призвело до хронічного браку персоналу в HoReCa. У країнах Європи та США франчайзери змушені підвищувати заробітну плату або запроваджувати бонусні програми, що збільшує витрати на персонал до 35-40% від загального бюджету франшизи.

Управління якістю в умовах масштабування франшизи є складним процесом. Чим більше одиниць працює в мережі, тим складніше забезпечити відповідність корпоративним стандартам, особливо в умовах регіонального франчайзингу чи субфранчайзингу. Відсутність уніфікованих механізмів моніторингу часто призводить до падіння якості обслуговування, що негативно впливає на сприйняття бренду загалом.

У сучасному франчайзинговому середовищі порівняльний аналіз досвіду США та України дозволяє ідентифікувати фундаментальні відмінності в підходах до масштабування франшизи, що мають суттєвий практичний вплив на бізнес.

У США запуск франшизи пов'язаний із багаторівневим регуляторним процесом: оформлення пермітів (дозволів), включно з ліцензіями на торгівлю, санітарними нормами, вимогами до безпеки, а також необхідністю підписання договорів оренди, які часто мають жорсткі терміни й фінансові зобов'язання. Хоч це й ускладнює та затримує вихід на ринок, водночас знижує ризики і забезпечує правову захищеність. Структура витрат у США також відрізняється: хоча

собівартість продуктів може бути приблизно однаковою, ціна робочої сили значно вища - мінімальна погодинна оплата становить часто від \$12–15 на годину, що збільшує витрати персоналу, але асоціюється з вищою якістю обслуговування та лояльністю клієнтів.

Водночас українські франчайзингові стартапи запускати простіше: бюрократія часто менш регламентована, дозвільні документи можна отримати швидше, а об'єднання через договір комерційної концесії (аналог франшизи) передбачає менше формальних вимог. Проте це породжує нестабільність: нормативне середовище неповноцінне, часто відсутня чітка правова база, зокрема щодо інтелектуальної власності, попередніх розкриттів інформації, а також можливості обмеження роялті. До того ж, система захисту прав франчайзера слабша, і залишається високий рівень регуляторної невизначеності.

Щодо ринку збуту, то американський - значно ширший та насиченіший, з високою купівельною спроможністю. Український ринок молодший, але поступово зростає і показує потенціал, особливо у великих містах, хоча він залишається більш сегментованим та чутливим до економічних криз.

Запуск франшизи у США часто вимагає більше коштів і часу, однак швидкість окупності тут може бути вищою через масштаб ринку. В Україні, навпаки, старт дешевший і швидший, але окупність може бути довшою. Крім того, в Україні витрати на оплату праці значно нижчі, але недостатня навчальна база й професійний дефіцит створюють ризики для якості обслуговування. Основні порівняння показані в табл. 2.

Таблиця 2

Порівняння ключових аспектів - США vs Україна

Аспект	США	Україна
Регуляторні вимоги	Складний процес пермітів, оренда, санітарні норми	Менше формальностей, але нестабільне регулювання
Ринок збуту	Широкий, високий попит	Менший, але зростаючий, чутливий до криз
Вартість робочої сили	Висока (~\$12–15+/год)	Низька, але недостатня кваліфікація персоналу
Собівартість	Подібна через імпортовані продукти	Схожа, але з низькими витратами персоналу
Термін окупності	Швидкий на великому ринку	Повільніший, але дешевше виходити на ринок
Правова захищеність	Сильна юридична база, стабільні контракти	Недостатня IP-захищеність, слабкі стандарти
Ризики	Регуляторні складнощі, висока ціна праці	Бюрократія, економічна нестабільність
Переваги	Надійність, масштаб, платоспроможність	Швидкість запуску, низькі витрати, гнучкість

Джерело: сформовано автором

Попри окреслені виклики, розвиток франчайзингу в Україні та його інтеграція у світовий ринок демонструють наявність значного потенціалу для зростання. Низка українських брендів успішно долають бар'єри, пов'язані з економічною нестабільністю, необхідністю локалізації виробництва та підвищеними вимогами до якості продукту на закордонних ринках. Їхні стратегії ґрунтуються на адаптації бізнес-моделі до культурних та регуляторних особливостей країн-реципієнтів, застосуванні сучасних підходів до маркетингу та ефективному управлінні франчайзинговими мережами. У

цьому контексті доцільно розглянути практичні приклади українських франшиз, які вийшли на ринок США та Європи, успішно впровадивши концепції глобалізації, швидкого масштабування та соціального впливу.

Мережа *Lviv Croissants* презентувала перший франчайзинговий пункт у США в Розвеллі, штат Джорджія, у серпні 2024 р. Компанія створила локальну виробничу систему в Атланті для забезпечення до 20 закладів у Північній Америці. Умови франшизи в США передбачають вхідний внесок у розмірі \$15000, роялті - 6% від місячного обороту як платежу за маркетинг,

плюс щонайменше \$10000 паушального внеску. Цей кейс ілюструє реалізацію стратегії глокалізації: поєднання української ідентичності з адаптацією до американського ринку, а також масштабування через франчайзинг із сучасною операційною моделлю.

Український гастролер *P'vana Vyshnya* розширив присутність на європейському ринку: на кінець 2025 р. в Польщі працюють 15 закладів, ще дев'ять - у балтійських країнах, Чехії та Німеччині, з амбітними планами виходу на ринки Парижа та Лондона. Це приклад стратегії *fast scaling* і активного експорту на захід.

Мережа *Aroma Kava*, що оперує у сегменті кафе, продемонструвала успішну експансію до Польщі - з 2022 р. близько 10 франчайзингових точок відкрито в містах країни. Цей кейс покаже, як українська торговельна модель адаптується до європейських умов при збереженні брендових переваг.

Farmer's Milk Inc. - приклад української франшизи, що успішно локалізувалася на американському ринку. У штаті Флорида з грудня 2023 р. відкрито дві власні кав'ярні та продано дві франшизні точки. У 2025 р. заплановано відкриття власного закладу в місті Чикаго, що свідчить про високі темпи масштабування. Модель франшизи передбачає паушальний внесок у розмірі 100 тис. доларів США та роялті 6%, що відповідає середньому сегменту ринку *HoReCa* у США. Бізнес вирізняється партнерством з американськими фермерами, акцентом на якісні локальні інгредієнти та високим рівнем довіри серед американських споживачів. Це демонструє ефективну інтеграцію стратегій глокалізації, швидкого масштабування (*fast scaling*) та соціального впливу, що сприяє розвитку локальних громад і створенню робочих місць.

В Україні спостерігається створення фундаменту для подальшого зростання франчайзингового бізнесу через системні державні ініціативи. Однією з ключових є підтримка малого та середнього підприємництва: у 2025 р. бюджетна програма стимулювання бізнесу передбачає більше 3 млрд гривень на гранти в межах проєкту «Власна Справа», із можливістю отримання фінансування до 500 тис. грн на розвиток бізнесу (*Kyivstar Business Hub*). Крім того, спрощення бюрократичних процедур підтримується впровадженням електронних сервісів, таких як «Дія.Підприємець» та «Дозвіл» - що значно скорочує час і ресурси, необхідні для відкриття та ведення франчайзингової діяльності [9].

Україна також здійснює інституційний розвиток, зокрема через створення національного стандарту для

екоіндустріальних парків, який набуде чинності з вересня 2025 р. і передбачає рівні «золото», «срібло» та «бронза» залежно від екологічної ефективності й управлінських чинників. Такий підхід може стимулювати попит на франчайзинг у виробничо-логістичному секторі, створивши нові можливості для бізнесу в екофері.

Також важливим спрямуванням є культурна та креативна дипломатія. Затверджена стратегія передбачає розвиток системи підтримки представників української діаспори, співпрацю у креативних індустріях, експорту культурного продукту й міжнародний обмін у сферах менеджменту та творчості. Ці програми є перспективними для підтримки франчайзерів, які працюють у *HoReCa* та креативному секторі, відкриваючи додатковий ринок і підсилюючи бренд через культурну автентичність.

Жіноче підприємництво також набуває значної ваги. Близько 30% малого бізнесу в Україні вже є підприємницькими структурами, очолюваними жінками (*micro- та small enterprises*). З урахуванням соціальних ініціатив, як-от програми *Impact Force*, які підтримують жінок-емігранток, ветеранок через акселератори, освітні курси та соціальні мережі підтримки, відкриваються нові можливості для жінок у франчайзинговому секторі.

Висновки. Отже, можна зробити висновок, що франчайзингова модель бізнесу зберігає стабільні позиції на українському ринку протягом досліджуваного періоду, демонструючи здатність адаптуватися до економічних і соціальних викликів. Її популярність пояснюється можливістю для підприємців скористатися перевіреною бізнес-моделлю та впізнаваним брендом, що значно зменшує ризики започаткування власної справи. Водночас інтеграція України у світовий економічний простір, розвиток цифрових технологій і зростання міжнародного попиту на українські бренди створюють сприятливе підґрунтя для подальшого розширення франчайзингових мереж. Перспективи розвитку цього сегмента пов'язані не лише з внутрішнім ринком, але й з успішною експансією за кордон, зокрема в країни ЄС та Північної Америки, де українські франшизи вже демонструють конкурентоспроможність. У майбутньому ключовими чинниками зростання стануть підтримка малого та середнього бізнесу, удосконалення правового середовища, впровадження інноваційних форматів франшиз і зростання ролі соціально відповідального підприємництва.

Список використаних джерел:

1. Присвітла О.В. (2021). Сутність становлення франчайзингової форми ведення бізнесу. *Економічний вісник ДДТУ*, № 1(2). С. 23-29. DOI: [https://doi.org/10.31319/2709-2879.2021_iss1\(2\).232561pp23-29](https://doi.org/10.31319/2709-2879.2021_iss1(2).232561pp23-29).
2. 2024's Hottest Franchise Trends You Need to Know. URL: <https://entrepreneurblvd.com/top-franchise-industry-trends-2024/>.
3. Vinnedge, M. (2025). IFA 2025 Economic Outlook: Franchising Outpaces U.S. Economy. URL: <https://www.franchisewire.com/ifa-2025-economic-outlook-franchising-outpaces-u-s-economy/>.
4. New Data Shows Franchising Continues to Exceed Growth Expectations. (2024). IFA: URL: <https://www.franchise.org/2024/02/new-data-shows-franchising-continues-to-exceed-growth-expectations/>.
5. Бондаренко Н.М., Савченко Д.В. (2020). Ринок франчайзингових послуг в Україні: переваги та

недоліки. Науковий погляд: економіка та управління, № 2(68). С. 7-11. DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-68-1>

6. Асоціації франчайзингу (України). URL: <https://franchising.org.ua>.
7. Franchise Group Ukraine. URL: <https://franchisegroup.com.ua/en/about-company/franchising/>.
8. Challenges Facing Franchise Owners in the Food Industry. (2024). Statista. URL: <https://www.statista.com/statistics/218927/challenges-for-full-service-restaurant-operators-in-the-us/>.
9. Біла книга реформ 2025. Розділ 6. Бізнес-середовище. URL: <https://voxukraine.org/bila-knyga-reform-2025-rozdil-6-biznes-seredovyshhe?>.

References:

1. Prysvitla, O.V. (2021). Sutnist stanovlennia franchaizynhovoï formy vedennia biznesu [The Nature of Formation of a Franchising from of Doing Business]. *Economic Bulletin of the DSTU*, No. 1(2). Pp. 23-29. DOI: [https://doi.org/10.31319/2709-2879.2021_iss1\(2\).232561pp23-29](https://doi.org/10.31319/2709-2879.2021_iss1(2).232561pp23-29). [in Ukrainian].
2. 2024's Hottest Franchise Trends You Need to Know. Retrieved from: https://entrepreneurblvd.com/top-franchise-industry-trends-2024/?utm_source.
3. Vinnedge, M. (2025). IFA 2025 Economic Outlook: Franchising Outpaces U.S. Economy. Retrieved from: <https://www.franchisewire.com/ifa-2025-economic-outlook-franchising-outpaces-u-s-economy/>. [in English].
4. New Data Shows Franchising Continues to Exceed Growth Expectations. (2024). IFA: Retrieved from: <https://www.franchise.org/2024/02/new-data-shows-franchising-continues-to-exceed-growth-expectations/>.
5. Bondarenko, N.M., & Savchenko, D.V. (2020) Rynok franchaizynhovykh posluh v Ukraini: perevahy ta nedoliky [Franchising Services Market in Ukraine: Advantages and Disadvantages]. *Scientific View: Economics and Management*, No. 2(68). Pp. 7-11. DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-68-1>. [in Ukrainian].
6. Asotsiatsii franchaizynhu (Ukrainy) [Franchising Association (Ukraine)]. Retrieved from: <https://franchising.org.ua>.
7. Franchise Group Ukraine. Retrieved from: <https://franchisegroup.com.ua/en/about-company/franchising/>.
8. Challenges Facing Franchise Owners in the Food Industry. (2024). Statista. Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/218927/challenges-for-full-service-restaurant-operators-in-the-us/>.
9. Bila knyha reform 2025. Rozdil 6. Biznes-seredovyshche [White Paper on Reforms 2025. Chapter 6. Business Environment]. Retrieved from: <https://voxukraine.org/bila-knyga-reform-2025-rozdil-6-biznes-seredovyshhe?>. [in Ukrainian].