У світі цифрова економіка та процеси цифровізації бізнесу стають найважливішими чинниками активізації економічних процесів, зокрема й інтенсифікації експорту. Для транснаціональних компаній, які використовують відповідні технології, можуть отримати безліч конкурентних переваг та/або зайняти вигідніше становище присутності на ринках. Позитивні ефекти цифровізації бізнесу можуть виявлятися в акумулюванні великих даних та їх використанні при прийнятті управлінських рішень, виключенні посередників, оптимізації витрат, прискоренні інформаційного обміну із зацікавленими сторонами всередині та поза підприємством, підвищенні залученості та лояльності тощо.

Сьогодні, в умовах глобалізації ТНК є провідними торговими підприємствами, інвесторами, поширювачами сучасних технологій, науково-технічного прогресу тощо.

Перелік використаних джерел:

1. World investment report. International tax reforms and sustainable investment. UNCTAD. 2022. URL: https://unctad.org/system/files/official–document/wir2022 en.pdf.

2. The Financial Times, «Major sector ETFs face risk of large tech companies being reclassified», 16 November. 2021. URL: https://www.ft.com/content/d68565b5-e962-4f64-aaa4-982d2ecafc64.

3. Ietto-Gillies, Grazia. «Transnationality in the XXI century. Concept and indicators». Critical Perspectives on International Business. 2021. http://dx.doi.org/10.1108/cpoib-11-2020-0135.

4. OECD/G20. «Statement on a two-pillar solution to address the tax challenges arising from the digitalisation of the economy». 2021. URL: www.oecd.org.

Козачук Оксана
Західноукраїнський національний університет
м. Тернопіль

ЯК ЗМІНИВСЯ ФРАНЧАЙЗИНГ ПІД ЧАС ВІЙНИ В УКРАЇНІ ТА ПРОГНОЗ НА 2023 РІК

На думку експертів у галузі економіки, українські підприємці надають перевагу саме франчайзингу, коли постає питання розширення бізнесу. Така модель дозволяє стати успішним у сфері підприємницької діяльності без великих капіталовкладень і досвіду. Станом на початок 2022 року в Україні працювало 592 компанії-франчайзери й понад 24 000 франчайзингових об'єктів.

Після 24 лютого 2022 року український бізнес стикнувся з повномасштабною війною та нерозумінням, що робити далі. Проте, підприємці думають, що франчайзингова система працює під час війни та допоможе у після воєнний період повністю відновити економіку держави. Попри війну 57% франчайзингових мереж не закрили жодного об□єкта, а частина мереж активно виходять на нові ринки.

За 2022 рік найактивнішим сезоном в укладанні угод став сезон весна-літо. 34% запитів на купівлю українських франшиз надходять з-за кордону, більша частина яких з Польщі. Захід України та Польща стали найбільш привабливими локаціями для масштабування, оскільки ці регіони показують як економічний потенціал, так і зацікавленість майбутніх франчайз.

Першим у 2022 році хто розглядав Польщу для подальшого розвитку мережі став Андрій Галицький, власник пекарень «Львівські круасани». Він уже мав такий досвід у 2018, але через рік неприбутковий заклад був закритий. Проте, у квітні 2022 року в прикордонному польському місті Згожелець був відкрита перша пекарня. Ще один заклад з'явився у Вроцлаві, також готуються до відкриття у Варшаві.

За цей складний рік уже десятки українських брендів та компаній відкрилися за кордоном: «Нова пошта», Happy Time, «Хотдожна», «Кебаб Шеф», Gastro Oma, G.BAR та інші.

Починаючи з 2014 року франчайзингові мережі переважно спеціалізувалися у сфері харчування. Зараз ситуація змінилася і перше місце посідають послуги, на другому – ритейл, а потім громадське харчування. Це пов'язано насамперед із тенденцією та економікою вражень. Розвиваються і створюються ті бізнеси, які мають попит серед населення. Географічно популярні місця для відкриття закладів громадського харчування – західні області України та Київ.

Зріст попит на створення франшиз у сфері освіти. Це пов'язано із виїздом мам і дітей з країни. Як наслідок – усі школи, садочки, центри розвитку недоотримують клієнтів, а відкриватися новим просто немає сенсу.

Натомість попит на освітні франшизи українських компаній зростає за кордоном. Після 24 лютого світ зрозумів, що якість освіти та підходів в Україні не поступається європейським стандартам. Наприклад, серед українських проєктів, які ведуть перемовини та планують відкриття по всьому світу, – Happy Time та STEM-школа Invertor.

2023 рік – прекрасний шанс повернутися в Україну і продовжувати свою діяльність за допомогою франчайзингу, щоб у наступному році вийти на нові ринки, завоювати аудиторію і доказати, що український бізнес не поступається європейському. Як згадувалося раніше, це допоможе відновленню та процвітанню економіки держави як в час війни, так і після.

За прогнозами Franchise Group, приблизно 15–20% українських компаній продовжать експансію світом, а отже, є всі шанси, що до 2030 року Україна стане найфранчайзабельнішою країною світу.

Перелік використаних джерел:

1. Попри війну 57% мереж франшиз не закрили жодного об□єкта. У чому стійкість франчайзингу? Дослідження Franchise Group. Мирослава Козачук. 2022. URL: https:// forbes.ua/company/popri-viynu-57-merezh-franshiz-ne-zakrili-zhodnogo-obekta-u-chomu-stiykist-franchayzingu-doslidzhennya-franchise-group-28122022-10805.

2. Історія франчайзингу в Україні. 2020. URL: https://franchise-capital.com/blog/istoriya-franchajzingu-v-ukrayini/