

РОЗВИТОК ФРАНЧАЙЗИНГОВОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

DEVELOPMENT OF FRANCHISING BUSINESS IN UKRAINE AND IN THE WORLD

Статтю присвячено актуальним питанням організації та функціонування франчайзингу в Україні. Наведено результати дослідження розвитку франчайзингового бізнесу у світі та в Україні. Розкрито сутність основних франчайзингових відносин у сучасних умовах. Проведено аналіз країн – світових лідерів за кількістю франчайзерів та діяльності світових компаній – лідерів у франчайзинговому бізнесі. Визначено, що лідерами франчайзингового бізнесу в Європі є Великобританія, Німеччина, Франція та Польща. Проаналізовано галузеву структуру франчайзингового бізнесу в розрізі країн таких, як США, Німеччина, Франція та Україна. Відзначено динамічний та стабільний розвиток франчайзингу в Україні як один із найбільш перспективних видів бізнесу в Україні. Підкреслено, що франчайзинговий бізнес сконцентрований лише у великих містах. Обґрунтовано перспективи розвитку франчайзингу в Україні, наведено ймовірні шляхи вирішення проблем галузі.

Ключові слова: міжнародний франчайзинг, міжнародний бізнес, франшиза, франчайзер, світовий ринок.

Стаття посвящена актуальним вопросам организации и функционирования франчай-

зинга в Украине. Приведены результаты исследования развития франчайзингового бизнеса в мире и в Украине. Раскрыта сущность основных франчайзинговых отношений в современных условиях. Проведен анализ стран – мировых лидеров по количеству франчайзеров и деятельность мировых компаний – лидеров в сфере франчайзингового бизнеса. Определено, что лидерами франчайзингового бизнеса в Европе являются Великобритания, Германия, Франция и Польша. Проанализирована отраслевая структура франчайзингового бизнеса в разрезе таких стран, как США, Германия, Франция и Украина. Отмечено динамичное и стабильное развитие франчайзинга в Украине как одного из наиболее перспективных видов бизнеса в Украине. Подчеркнуто, что франчайзинговый бизнес сконцентрирован только в крупных городах. Обоснованы перспективы развития франчайзинга в Украине, приведены возможные пути решения проблем отрасли.

Ключевые слова: международный франчайзинг, международный бизнес, франшиза, франчайзер, мировой рынок.

УДК 339.187.44(477)(045)

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.46-2>

Давидюк Л.П.

к.е.н., доцент кафедри економіки та міжнародних відносин
Вінницький торговельно-економічний інститут
Київського національного торговельно-економічного університету

Davidyuk Ludmila

Vinnitsa Trade and Economic Institute
Kyiv National University of Trade and Economics

The article deals with topical issues about organization and functioning franchising in Ukraine. Franchising is one of the popular business models for entrepreneurs and companies interested in diversifying into other business in Ukraine. Franchises are available on a per license basis for a specific city, region, or the country. Presented are the results of research on the development of franchising business in the world and in particular in Ukraine. Revealed is the essence of the main franchise relations in modern conditions. The analysis of the leading countries of the world by the number of franchisors and conducted is the activity of the world leading companies in the franchising business. It is determined that the leaders of franchising business in Europe are Great Britain, Germany, France and Poland. Analyzed is the branch structure of franchising business by countries such as USA, Germany, France and Ukraine. Noted is dynamic and stable development of franchising in Ukraine as one of the most promising types of business in Ukraine. Most Ukrainian franchises operate in the services and restaurant subsectors. It is emphasized that franchising business is concentrated only in big cities. In addition, most of franchise units are situated in the biggest Ukrainian cities – such as Kharkov, Dnepropetrovsk, Donetsk, Odessa and Lviv. But many towns are not yet acquainted with franchising. There is a tendency of glutting the cities and companies redirect in openings of franchise units also in smaller towns. The Ukrainian market offers many opportunities for international franchising. However, as an entrepreneurial activity, franchising encounters the same general barriers, as the establishments of small and medium businesses do. These include the whole complex of taxes, high credit rates, crisis of nonpayment, unstable legislation, and very strict control under the subjects of entrepreneur activity by the state. The investment climate remains the major obstacle for franchises in Ukraine. For that substantiated are prospects for the development of franchising in Ukraine and outlined are the possible ways of solving branch problems.

Key words: international franchising, international business, franchise, franchisor, world market.

Постановка проблеми. В умовах процесів глобалізації та інтернаціоналізації економік світу розвиток франчайзингового бізнесу у світі є одним із найпрогресивніших. Міжнародний франчайзинг як одна з форм бізнесу сьогодні досить динамічно розвивається, оскільки франшиза є більш простим способом проникнення підприємств на світові ринки і не потребує значних інвестиційних ресурсів для започаткування справи. Розвиток сучасного бізнесу в Україні відбувається в умовах економічної кризи. Сьогодні характерні масштабні розриви соціально-економічного, інвестиційно-фінансового та організаційно технологічного характеру, а також асиметрія у відносинах власності, розподілі, у системі управління. Для вітчизняної економіки франчайзинг є відносно новим явищем, тоді як у розвинутих країнах франчайзинг сторіччями практикувався як засіб забезпечення потреб суспільства в різних послугах.

Отже, для того щоб розробити стратегію виведення українського бізнесу зі стану кризи, потрібно застосувати таку форму підприємництва, як франчайзинг. На жаль, забезпечення цієї діяльності стикається з великою кількістю дискусійних питань правового та економічного регулювання, тому сьогодні є актуальними організація та функціонування франчайзингу в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Протягом останніх років франчайзинг став об'єктом багатьох наукових робіт. Дослідженнями, присвяченими такій формі ділового співробітництва, як франчайзинг, займалися такі зарубіжні автори, як Ж. Дельта, Ф. Котлер, Ж. Ламбен, Ф. Росса. Це питання досліджували вітчизняні науковці Л.М. Побоченко [8], О.О. Мартиненко [6], Н.В. Безрукова [1], М.О. Тонюк [10]. Економічні аспекти наукового забезпечення франчайзингу відображено у роботах О. Суковатого [15], О. Корольчука

[16], С. Махнуши [17] та ін. У них розкрито суть франчайзингу як прогресивної форми ведення бізнесу, його основні різновиди, структуру, можливі ризики застосування тощо.

Незважаючи на достатню кількість наукових досліджень щодо сутності франчайзингу, постає питання постійного аналізу перспектив подальшого розвитку франчайзингу на території України з урахуванням світового досвіду, встановлення чинників, що перешкоджають цьому розвитку.

Постановка завдання. Метою статті є окреслення основних тенденцій розвитку франчайзингу в Україні з урахуванням світового досвіду, а також визначення основних проблем та перспектив його розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні франчайзинг визнаний у світі як найбільш прогресивна форма ведення бізнесу. Переваги від франчайзингу вигідні для підприємців, що розпочинають свій бізнес, оскільки вони суттєво знижують ризик невдачі та втрати коштів.

Незважаючи на загальну значимість ролі франчайзингу в провідних країнах світу, серед науковців немає єдиного погляду на цю діяльність. Загальне визначення Міжнародної асоціації франчайзингу: «Франчайзинг – це договірні відносини між франшизодавцем і франшизодержувачем, де франшизодавець пропонує або зобов'язується виявити постійний інтерес до діяльності франшизодержувача в таких сферах, як ноу-хау та навчання персоналу, тоді як франшизодержувач здійснює власну діяльність під спільним фірмовим найменуванням, форматом чи процесом, яким володіє франшизодавець, та вклав або вкладає значні інвестиції у це підприємство із власних ресурсів» [1].

Нині міжнародний франчайзинг діє у понад 140 країнах світу. Найбільшої популярності франчайзинг набув у США, Франції, Німеччині, Великобританії та Польщі. Свідченням цього є кількість брендів, які розвивають свої мережі через франчайзинг. Американська компанія FranchiseDirect опублікувала рейтинг «ТОП-10 світових франшиз»

після детального вивчення брендів з усього світу. Десятку лідерів рейтингу склали американські франшизи у сферах громадського харчування та готельно-ресторанного бізнесу (табл. 1) [11].

Перше місце незмінно в останні роки займає франшиза McDonald's. Сьогодні мережа включає орієнтовно 36 900 об'єктів. 2018 р. виявився успішним для франшиз KFSIBurgerKing, які зайняли другу і третю позиції рейтингу, тим самим змістили франшизу SUBWAY® на четверте місце. Тільки один із франчайзерів у лідируючій десятці є представником роздрібною торгівлі – мережа магазинів 7Eleven. Мережа заснована в 1927 р. у Даласі (Техас, США), є дочірнім підприємством японської Seven-ElevenJapanCo.Ltd, яка, своєю чергою, належить японському холдингу Seven&IHoldingsCo. Сьогодні мережа 7 Eleven включає 63 тис магазинів у 17 країнах світу (більше ніж 58,5 тис із них працюють за франшизою). Проривом першої десятки рейтингу стала компанія Hertz, яка піднялася за 2018 р. відразу на 18 позицій [11].

На рис. 1 представлено сучасну структуру франчайзингових підприємницьких організацій в економіці США. Галузеві пріоритети франчайзингу в економіці США визначають у принципі ті сфери підприємницької діяльності, які в сучасних умовах є провідними галузями функціонування франчайзингових мереж. Так, франчайзинг успішно адаптувався в галузі громадського харчування (50% франчайзингових організацій знаходяться саме у цій сфері), реалізації продовольчих товарів, готельних послуг тощо [2].



Рис. 1. Галузева структура франчайзингу в США

Таблиця 1

Топ-10 франшиз у світі в 2018 році

Ранг	Назва франшизи	Рік заснування	Країна	Вид діяльності	Кількість об'єктів
1	McDonald's	1955	США	Громадське харчування	36 900
2	KFC	1930	США	Громадське харчування	20 605
3	BurgerKing	1954	США	Громадське харчування	15 740
4	SUBWAY®	1965	США	Громадське харчування	44 780
5	7 Eleven	1927	США	Роздрібна торгівля	63 000
6	Hertz	1923	США	Автосервіс, автодилерство	9 700
7	PizzaHut	1958	США	Громадське харчування	16 410
8	MarriottInternational	1927	США	Готельно-ресторанний бізнес	5 975
9	WyndhamHotelsandResorts	1981	США	Готельно-ресторанний бізнес	8 035
10	HiltonHotels&Resorts	1919	США	Готельно-ресторанний бізнес	4 925

Джерело: складено за даними FranchiseDirect

До найдорожчих франшиз США належать: Hampton Hotels (готелі), Anytime Fitness (фітнес-салони), Subway (фаст-фуд), JackintheBox (фаст-фуд), Supercuts (перукарські послуги), Jimmy John's Gourmet Sandwiches (фаст-фуд), Servpro (клінінг), Denny's Inc. (фаст-фуд), PizzaHut Inc. (фаст-фуд), 7-Eleven Inc (продукти) [1].

У Західній Європі франчайзинг менш поширений, ніж у США. Його частка в роздрібному товарообороті становить 30%. Усього в країнах ЄС працюють близько 4 500 франчайзингових мереж та 180 тис франчайзі, їхній річний оборот перевищує 150 млрд дол. США [5]. Лідерами франчайзингового бізнесу в Європі є Великобританія, Німеччина, Франція та Польща.

Другою у світі країною за обсягом експорту франчайзингу є Німеччина. За кількістю франчайзерів і франчайзі Німеччина займає передову позицію у сфері розвитку франчайзингу серед європейських країн. На рис. 2 представлено галузеву структуру франчайзингу в Німеччині [6]. Загальна кількість франчайзингових систем досягла 598 установ та 28 тис франчайзі. Щорічний приріст галузі становить приблизно 7% для франчайзерів і 17% для франчайзі, що свідчить про високу динаміку розвитку франчайзингового сектору країни.



Рис. 2. Галузева структура франчайзингу в Німеччині

На третьому місці за розвитком франчайзингового бізнесу знаходиться Велика Британія. Сьогодні в країні функціонує 936 франчайзингових мереж із понад 20 тис франчайзі, кількість яких у середньому зростає на 6% щороку. Франчайзинг поширений переважно в таких галузях, як персональні послуги, ресторани швидкого харчування, будівництво та роздрібна торгівля.

У Франції зареєстровано всього 34 франчайзингові мережі. Французи охоплюють близько 40% усього європейського франчайзингового ринку, ємність якого оцінюється у 32–35 млрд дол. США.

У Франції характерне домінування національних франчайзингових операторів [5].

Польський ринок франчайзингу в період 2005–2018 рр. демонстрував постійну позитивну динаміку зростання. Незважаючи на світову еконо-



Рис. 3. Галузева структура франчайзингу у Франції

мічну кризу 2008–2009 рр., яка призвела до негативних наслідків практично в усіх сферах ведення бізнесу, на франчайзинг у Польщі вона не мала жодного впливу. Найширший вибір перевірених бізнес-ідей розташовувався у ціновому діапазоні від 21 до 50 тис злотих [7].



Рис. 4. Галузева структура франчайзингу у Польщі

Аналізуючи ситуацію на українському ринку, слід відзначити динамічний та стабільний розвиток франчайзингу, який є одним із найбільш перспективних видів бізнесу в Україні. За даними Асоціації франчайзингу в Україні, сьогодні в країні працює понад 23 тис франчайзингових точок і близько 700 франчайзерів. 65% ринку займають національні франшизи. На рис. 5 представлено галузеву структуру франчайзингу в Україні [12].

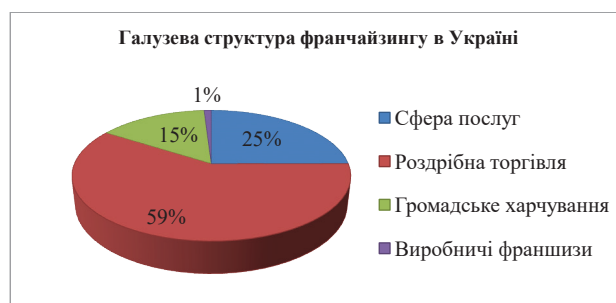


Рис. 5. Галузева структура франчайзингу в Україні

Найбільш відомі українські франчайзери, які довели працездатність своїх проектів, – мережі ресторанів Mafia, PESTOCAFÉ, «Хінкальня», пекарні-кав'ярні LvivCroissants і «Насолода»,

«Франс.уа», фаст-фуд CHIKENHUT і FreshLine, піцерія PIZZA CELENTANO, мережі супермаркетів «Наш Край» і NOVUS, магазини солодоців ручної роботи «Львівська майстерня шоколаду» і «Веселі карамелі», бутіки дизайнерського одягу ANDRE TAN [13]. На рис. 6 представлено динаміку франчайзингових мереж в Україні.

Незважаючи на домінуючу роль в Україні вітчизняних франчайзерів, на території нашої держави представлені також франчайзингові мережі з Росії, Польщі, Нідерландів, Франції, США, Німеч-

чини, Великої Британії та інших країн. Присутність в Україні іноземних компаній як франчайзерів має певні позитивні наслідки. Функціонування іноземних франчайзерів дає змогу вітчизняним підприємствам із часом перейняти успішний досвід ведення діяльності в умовах франчайзингових відносин, достатній для більш широкого розвитку договірної системи внутрішнього франчайзингу в Україні. Крім того, діяльність іноземних франчайзерів сприяє постачанню на вітчизняний ринок нових товарів і послуг. Найбільш поширеними

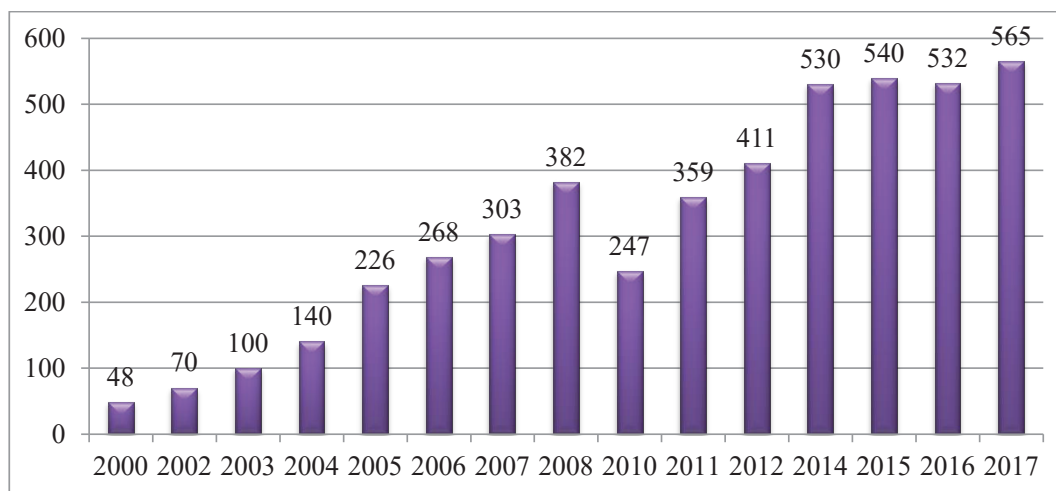


Рис. 6. Динаміка франчайзингових мереж в Україні в 2001–2017 рр. (одиниць)

Джерело: складено за даними звіту «Франшизи в Україні стійкі до кризи»

Таблиця 2

Перелік найбільш привабливих франшиз в Україні та їх характеристика

Назва ТМ франчайзингової мережі	Сфера діяльності	Вступний платіж	Роялті	Термін окупності
«Наш Край»	Торгівля/ Супермаркет	Відсутній	3,5 €/кв. м	Від 5 міс.
«Винахідник»	Діти/Технічна студія	\$37500	10 000 грн	36-40 міс.
MortimerEnglishClub	Діти/Школа англ. мови	Від 90 000 грн	10-12%	12-18 міс.
Vianor	Шинний центр	\$625	5 000 грн/рік	12-36 міс.
«Піца Челентано»	Громадське харчування/ Піцерія	За домовленістю	1,50%	30-36 міс.
«Франс.уа»	Громадське харчування	50 000-75 000 грн	Відсутнє	4-11 міс.
«Булочная № 1»	Хлібопекарня/Булочна	25 000-75 000 грн	Відсутнє	4-10 міс.
MAFIA	Громадське харчування	1 445 000 грн	5% на міс	24-36 міс.
RoyalCarwash	Автомийка	20 000-70 000 грн	500 грн./міс	1-3 міс.
«Наминайко»	Громадське харчування	100 грн	Відсутнє	4-6 міс.
NewYorkStreetPizza	Громадське харчування/ Піцерія	130 000 грн	2% від обороту	12-24 міс.
«Поехали с нами»	Турагенція	20 000-35 000 грн	1-2%	10-12 міс.
«Імідж»	Торгівля/Магазин косметики	100 000 грн	4%	24-30 міс.
Veliki.ua	Послуги для населення	500-1 500 грн	500-800 грн.	3-18 міс.
CoffeeLife	Громадське харчування/ Кав'ярня	250 000 грн	5% щомісяця	6-36 міс.
Join UP!	Турагенція	8 000 грн	Залежно від міста	5-7 міс.

Джерело: складено за даними Каталогу франшиз [3]

стають франшизи для малого бізнесу із вкладенням інвестицій у розмірі не більшому за 2 млн грн. У табл. 2 представлено десять популярних франшиз в Україні у 2015 р. Ефективність цієї форми ведення бізнесу полягає у тому, що франчайзинг – надійний спосіб зменшення операційних ризиків, а також збільшення шансів тривалого виживання компаній. Із кожним роком кількість як українських, так і закордонних франчайзерів збільшується, що свідчить про ефективність використання франчайзингу.

Найбільшою українською франшизою «продуктового» сегмента стала мережа магазинів «Наш Край», в якій більше 80% точок є франчайзинговими. Ця мережа розширилася до 139 магазинів і впевнено утримує звання найбільшої франчайзингової мережі в сегменті FMCG. Мережа магазинів «Наш Край» працює у трьох форматах: «експрес», «магазин біля дому» і «супермаркет».

За кількістю франчайзингових об'єктів найбільшими мережами в Україні є «Наша Ряба» (понад 2 500), «Гаврилівські курчата» (600), «Форнетті» (500). Найбільшою мережею за обсягом франчайзингових точок зі сфери харчування є CELENTANO PIZZA (160 точок) [14].

Незважаючи на низький рівень частки франчайзингу в Україні порівняно із зарубіжними показниками, майже кожного року прослідковується позитивна тенденція приросту франчайзерів. Франчайзинговий ринок надає великі переваги для економіки України. Він може стати початком для розвитку дрібних і спільних підприємств, які займатимуться інноваційною діяльністю.

Більшість українських франчайзингових систем сконцентрована у столиці, і лише невеликий відсоток франшиз започатковуються з великих регіональних центрів. Окрім того, більшість франчайзингових підрозділів розташована у найбільших містах України – Харкові, Дніпрі, Донецьку, Одесі та Львові. Але багато міст ще не знайомі з франчайзингом. Існує тенденція перенасичувати міста та компанії, які переадресовують відкриття підрозділів франчайзингу також у менших містах.

Український ринок пропонує багато можливостей для міжнародного франчайзингу. Однак як підприємницька діяльність франчайзинг стикається з тими ж загальними бар'єрами, що й установи малого та середнього бізнесу. Сюди входять увесь комплекс податків, високі кредитні ставки, криза неплатежів, нестабільне законодавство та дуже суворий контроль із боку держави над об'єктами підприємницької діяльності. Інвестиційний клімат залишається головною перешкодою для франшиз в Україні.

Розвиток франчайзингу в Україні значно гальмується такими проблемами:

– фінансово-кредитного характеру (складність процедури кредитування малих підприємств);

– незахищеність українських франчайзерів у франчайзинговій співпраці з іноземними підприємцями;

– брак знань у підприємців щодо можливостей такого способу ведення бізнесу, як франчайзинг;

– значне обмеження розвитку малого бізнесу податковими нормами, внаслідок чого підприємці змушені шукати обхідні шляхи у здійсненні паушального платежу та роялті;

– недосконалість нормативно-законодавчої бази стосовно франчайзингових відносин.

Нині в Україні відсутнє спеціальне законодавство, що регулює функціонування франчайзингової моделі бізнесу, проте франчайзингові відносини набувають усе більшої популярності та охоплюють такі сфери бізнесу, як громадське харчування, послуги, будівництво, роздрібна торгівля тощо [10].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, лідерами франчайзингового бізнесу на міжнародній арені є країни з високим рівнем економічного розвитку. Досвід таких країн, як США, Німеччина та Велика Британія, свідчить про те, що франчайзинг може виступати як ефективна модель розширення існуючого бізнесу. Перш за все, запорукою успішного розвитку франчайзингових мереж країни є економічна стабільність, за якої власники бізнесу будуть спроможні інвестувати в розвиток власного бізнесу, а населення матиме високий рівень платоспроможності.

Підсумовуючи, варто зазначити, що франчайзинг в Україні є перспективним напрямом економічної діяльності та в найближчі роки ми будемо спостерігати зростання цього сегменту. Франчайзинг має низку як переваг, так і недоліків, які дають змогу знизити операційні витрати та підвищити ефективність виробничої діяльності, що особливо важлива для України в сучасних умовах. Як для франчайзера, так і для франчайзі існують ризики недобросовісної поведінки до та після укладення договору. У країнах ЄС сторони керуються принципом добросовісності, що є позитивним прикладом для України.

Щоб прискорити розвиток франчайзингу на українському ринку, необхідно ратифікувати закон «Про франчайзинг», де права франчайзера та франчайзі будуть захищені; активізувати діяльність консультаційних та бізнес-центрів із підготовки бізнес-планів, поради з управління та розроблення системи банківського кредитування та лізингу для франчайзі під гарантію франчайзер (франчайзер також може надати кредит франчайзі на вигідних умовах); приділяти більше уваги в установах, університетах, коледжах технологіям франчайзингу та досліджувати світовий досвід франчайзингу на практиці.

Франчайзинг в умовах кризи буде розвиватися. Однак середні франчайзери, які працюють без

жорсткої системи з франчайзі, можуть мати низку проблем, які в гіршому варіанті будуть причиною ліквідації деяких компаній. У період економічної кризи краще довіряти великим франчайзинговим мережам, які піклуються про своїх партнерів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Безрукова Н.В. Міжнародний франчайзинг як форма освоєння світових ринків: особливості розвитку та вплив на світовий валовий продукт. *Економічний простір*. 2016. № 106. С. 16–25. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=ecpros_2016_106_4 (дата звернення: 23.10.2019).

2. Добрянська Ю.О. Дослідження сучасного стану франчайзингу в Україні та світі. *Вісник Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського*. 2015. № 7. С. 122–126. URL: <http://global-national.in.ua/archive/7-2015/28.pdf> (дата звернення: 23.10.2019).

3. Каталог франшиз. URL: <http://franchisegroup.com.ua/catalog/1> (дата звернення: 23.10.2019).

4. Лазоренко Т., Фролова А. Розвиток франчайзингу у світі та в Україні. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2017. Вип. 2(17). С. 199–207. URL : <https://sepd.tntu.edu.ua/index.php/en/archive/20/516-2017-12-23-09-22-45> (дата звернення: 23.10.2019).

5. Макаруч К.О. Фактори впливу на розвиток міжнародного бізнесу у країнах Східної Азії. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2016. № 56. С. 159–169. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe? (дата звернення: 23.10.2019).

6. Мартиненко О.О. Світовий досвід використання франчайзингу як ефективної моделі розширення бізнесу. *Бізнес Інформ*. 2018. № 9. С. 253–258. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_9_38 (дата звернення: 23.10.2019).

7. Побоченко Л.М. Розвиток франчайзингового бізнесу в країнах Європи. *Стратегія розвитку України*. 2016. № 1. С. 57–64. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/45.pdf> (дата звернення: 23.10.2019).

8. Романчук К.В. Операції франчайзингу: європейський досвід та українські реалії. *Ефективна економіка*. 2016. № 12. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5302> (дата звернення: 23.10.2019).

9. Тонюк М.О. Франчайзинг як особлива форма організації та функціонування бізнесу в Україні. *Економіка і суспільство*. 2017. № 9. С. 687–689. URL: <http://economyandsociety.in.ua/journal-9/16-stati-9/921-tonyuk-m-o> (дата звернення: 23.10.2019).

10. ТОП-100 мирових франшиз по итогам 2018 года. URL: <https://www.forbes.ru/rating/363769-reyting-franshiz-2018> (дата звернення: 23.10.2019).

11. Франчайзинговий ринок України сьогодні. URL: <https://ffc.expert/uk/blog/franchajzingoviy-rynok-ukrainy-segodnya>/<https://www.forbes.ru/rating/363769-reyting-franshiz-2018> (дата звернення: 23.10.2019).

12. Чего стоит ожидать от рынка франчайзинга в 2018 году? URL: <https://community.com.ua/ru/news-community/chego-stoit-ozhidat-ot-ryinka-franchayzinga-v-2018-godu>/<https://www.forbes.ru/rating/363769-reyting-franshiz-2018> (дата звернення: 23.10.2019).

13. Забаштанська Т. Історичні аспекти розвитку франчайзингу в діяльності посередницьких підприємств. *Проблеми і перспективи розвитку національної економіки*. 2016. № 1(5). С. 36–44. URL: <http://ppeu.stu.cn.ua/tmp/pdf/184.pdf> (дата звернення: 23.10.2019).

14. Суковатий О.Е. Франчайзинг як інноваційна модель розвитку бізнесу. *Проблеми науки*. 2007. № 3. С. 18–23. URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/conf/eko/33nov2018/33nov2018.pdf> (дата звернення: 23.10.2019).

15. Корольчук О.П. Франчайзинг як спосіб активізації інтеграції вітчизняного бізнесу у глобальні виробничі та збутові мережі. *Економіка і фінанси підприємств*. 2011. № 5. С. 176–185.

16. Махнуша С.М. Франчайзинг як елемент стратегії закріплення бренду підприємства. *Механізм регулювання економіки*. 2004. № 1. С. 105–110.

REFERENCES:

1. Bezrukova N. V. (2016) Mizhnarodnyi franchayzinh yak forma osvoinnia svitovykh rynkiv: osoblyvosti rozvytku ta vplyv na svitovyi valovyi produkt [International franchising as a form of development of world markets: development features and impact on the global gross product] *Ekonomichnyi prostir [Economic space]* (electronic journal), no. 106, pp. 16-25. Available at: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&S21P03=FILA=&S21STR=ecpros_2016_106_4 (accessed 23 October 2019).

2. Dobrianska Yu. O. (2015) Doslidzhennia suchasnoho stanu franchayzynu v Ukraini ta sviti [Research on the current state of franchising in Ukraine and in the world] *Mykolaivskiy natsionalnyi universytet imeni V.O. Sukhomlynskoho [Nikolaev National University of Sukhomlinsky]* (electronic journal), no. 7, pp. 122-126. Available at: <http://global-national.in.ua/archive/7-2015/28.pdf> (accessed 23 October 2019).

3. Kataloh franshyz [Franchise catalog] Available at: <http://franchisegroup.com.ua/catalog/1> (accessed 23 October 2019).

4. Lazorenko T., Frolova A. (2017) Rozvytok franchayzynu u sviti ta v Ukraini [Development of franchising in the world and in Ukraine] *Sotsialno-ekonomichni problemy i derzhava [Socio-economic problems and the state]* (electronic journal), vol. 2 (17), pp. 199-207. Available at: <https://sepd.tntu.edu.ua/index.php/en/archive/20/516-2017-12-23-09-22-45> (accessed 23 October 2019).

5. Makarchuk K. O. (2016) Faktory vplyvu na rozvytok mizhnarodnoho biznesu u krainakh Skhidnoi Azii [Factors influencing the development of international business in East Asian countries] *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti [Bulletin of Economics of Transport and Industry]* (electronic journal), 2016, no. 56,

pp. 159-169. Available at: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe? (accessed 23 October 2019).

6. Martynenko O. O. (2018) Svitovyi dosvid vykozystannia franchaizynhu yak efektyvnoi modeli rozshyrennia biznesu [Worldwide experience in using franchising as an effective business expansion model] *BiznesInform*. [*BusinessInform*](electronic journal), no. 9, pp. 253-258. Available at: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_9_38 (accessed 23 October 2019).

7. Pobochenko L. M. (2016) Rozvytok franchaizynhovoho biznesu v krainakh Yevropy [Development of franchising business in European countries] *Stratehiia rozvytku Ukrainy [Ukraine's Development Strategy]* (electronic journal), no 1, pp. 57-64. Available at: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/45.pdf> (accessed 23 October 2019).

8. Romanchuk K. V. (2016) Operatsii franchaizynhu: Evropeyskyi dosvid ta ukrainski realii [Franchising operations: European experience and Ukrainian realities] *Efektivna Ekonomika [Effective Economy]* (electronic journal), no. 12, Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5302> (accessed 23 October 2019).

9. Toniuk M. O. (2017) Franchaizynh yak osoblyva forma orhanizatsii ta funktsionuvannia biznesu v Ukraini [Franchising as a special form of business organization and operation in Ukraine]. *Ekonomika i suspilstvo [Economy and society]* (electronic journal), no. 9, pp. 687-689. Available at: <http://economyandsociety.in.ua/journal-9/16-stati-9/921-tonyuk-m-o> (accessed 23 October 2019).

10. TOP-100 myrovykh franshyz po ytoham 2018 hoda [TOP-100 world franchises in 2018] Available at: <https://www.forbes.ru/rating/363769-reyting-franshiz-2018> (accessed 23 October 2019).

11. Franchaizynhovyi rynek Ukrainy sohodni [Franchise market of Ukraine today] Available at:

<https://ffc.expert/uk/blog/franchaizingovyj-rynok-ukrainy-segodnya/https://www.forbes.ru/rating/363769-reyting-franshiz-2018> (accessed 23 October 2019).

12. Cheho stoyt ozhydat ot rynku franchaizynha v 2018 hodu? [What should you expect from the franchise market in 2018?] Available at: <https://community.com.ua/ru/news-community/chego-stoit-ozhidat-ot-ryinka-franchaizinga-v-2018-godu/> <https://www.forbes.ru/rating/363769-reyting-franshiz-2018> (accessed 23 October 2019).

13. Zabashtanska T. (2016) Istorychni aspekty rozvytku franchaizynhu v diialnosti poserednytskykh pidpriemstv [Historical aspects of franchising development in the activity of intermediary enterprises] *Problemy i perspektyvy rozvytku natsionalnoi ekonomiky [Problems and prospects of national economy development]* (electronic journal), no. 1(5), pp. 36-44. Available at: <http://ppeu.stu.cn.ua/tmp/pdf/184.pdf> (accessed 23 October 2019).

14. Sukovatyi O. E. (2007) Franchaizynh yak innovatsiina model rozvytku biznesu [Franchising as an innovative model of business development] *Problemy nauk [Problems of Science]*, no. 3, pp. 18-23. Available at: <http://molodyvcheny.in.ua/files/conf/eko/33nov2018/33nov2018.pdf> (accessed 23 October 2019).

15. Korolchuk O. P. (2011) Franchaizynh yak sposib aktyvizatsii intehratsii vitchyznianoho biznesu u hlobalni vyrobnychi ta zbutovi merezhi [Franchising as a way of intensifying the integration of domestic business into the global production and marketing networks] *Ekonomika i finansy pidpriemstv*, no. 5, pp. 176-185.

16. Makhnusha S. M. (2004) Franchaizynh yak element stratehii zakriplennia brendu pidpriemstva [Franchising as an element of the branding strategy of an enterprise] *Mekhanizm rehuliuвання ekonomiky*, no. 1, pp. 105-110.