

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-53>

УДК 330.322.4

# СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

## STATE AND PROSPECTS OF THE FRANCHISING SERVICES MARKET DEVELOPMENT IN UKRAINE

**Когут Мар'яна Володимирівна**кандидат економічних наук, в.о. доцента,  
Львівський національний університет природокористування  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8275-134X>**Прокопишин-Рашкевич Любов Миколаївна**кандидат економічних наук, доцент,  
Національний університет «Львівська політехніка»  
ORCID: <https://orcid.org/0000-00002-6194-8597>**Kohut Maryana**

Lviv National Environmental University

**Prokopyshyn-Rashkevych Lyubov**

Lviv Polytechnic National University

Стаття присвячена актуальному питанню розвитку франчайзингових послуг, оскільки на сьогодні, франчайзинг стає все більш популярною та домінуючою формою підприємницької діяльності в усьому світі. Окреслено роль франчайзингу в українському бізнес-середовищі, також вказано на недоліки франчайзингу, які варто ураховувати. У статті також зазначено, що франчайзинг є зручною та ефективною моделлю розвитку малого та середнього бізнесу та проаналізовано позитивну динаміку розвитку франчайзингу в Україні та його ефективність як інструмента для розширення бізнесу. Окрема увага буде приділена аналізу факторів, що впливають на розвиток франчайзингу в Україні. На основі проведеного аналізу сформульовані перспективи розвитку ринку франчайзингових послуг в Україні. Визначені можливі напрями росту, потенційні сектори для розширення франчайзингових бізнесів та рекомендації щодо покращення умов для розвитку франчайзингової діяльності. У статті окреслено поглиблене розуміння стану і перспектив розвитку франчайзингу в Україні, що служить основою для подальших досліджень та розробки стратегій для підприємців, які планують займатися франчайзинговим бізнесом.

**Ключові слова:** франчайзинг, ринок франчайзингових послуг, франчайзингова мережа, бізнес-модель, франчайзер, франчайзі, глобалізація, світова економіка.

The article is dedicated to the current issue of franchising development, as franchising is becoming increasingly popular and dominant form of entrepreneurship worldwide. The article outlines the role of franchising in the Ukrainian business environment. The significant growth of the franchising market in Ukraine demonstrates the effectiveness of franchising as a business expansion tool, even in times of economic crisis. It is noted that franchising allows companies to enter an established business, gain additional experience, and attract new customers with lower risks and efforts. The article also points out the disadvantages of franchising that should be considered. These include limitations on decision-making freedom, potential conflicts of interest between franchisors and franchisees, as well as dependence on the franchisor's success. Despite these drawbacks, the franchising market in Ukraine shows potential for further development. Ukrainian companies choose franchising as a strategy to expand their business, enabling them to become internationally recognized. The trust in Ukrainian franchisors and the popularity of franchising among entrepreneurs indicate its success. The article also highlights that franchising is a convenient and effective model for the development of small and medium-sized businesses. Entrepreneurs can utilize established brands with minimal costs and risks. Even during the COVID-19 crisis, the franchising market has not experienced decline and continues to grow steadily, adapting to changes in consumer behavior and the development of the modern world. Overall, the article confirms the positive dynamics of franchising development in Ukraine and its effectiveness as a business expansion tool. The increasing number of franchisors and franchising units indicates a stable interest in this business model by companies. Particular attention will be given to analyzing the factors influencing the



development of franchising in Ukraine. Based on the conducted analysis, prospects for the development of the franchising market in Ukraine will be formulated. Potential growth directions, sectors for expanding franchising businesses, and recommendations for improving conditions for franchising activities will be identified. The article provides an in-depth understanding of the current state and prospects of franchising development in Ukraine, serving as a basis for further research and the development of strategies for entrepreneurs planning to engage in franchising business.

**Keywords:** franchising, franchise services market, franchise network, business model, franchisor, franchisee, globalization, world economy.

**Постановка проблеми.** Франчайзинг є популярною формою бізнесу в багатьох країнах світу, і він також набуває популярності в Україні. На сьогоднішній день в Україні діють багато відомих франчайзингових мереж з різних галузей, таких як роздрібна торгівля, ресторани, фаст-фуд, послуги краси, фітнес-центри та інші. Це свідчить про наявність попиту на франчайзингові послуги серед підприємців та споживачів. Однією з переваг франчайзингу є можливість створення власного бізнесу на основі вже визнаного бренду з встановленим бізнес-моделлю та підтримкою з боку франчайзера. Це дозволяє зменшити ризики, пов'язані з відкриттям нового бізнесу, і забезпечити більшу шансу на успіх.

Україна має потужний потенціал для розвитку франчайзингового ринку. З одного боку, в країні є розвинена мережа малого та середнього бізнесу, які можуть зацікавитися франчайзинговими можливостями. З іншого боку, зростає споживча культура та попит на якісні товари і послуги, що сприяє зростанню франчайзингових мереж.

Уряд України також виявляє певну підтримку для розвитку франчайзингу. Наприклад, введено законодавчі зміни, що спрощують процедуру отримання франчайзі та захищають права франчайзі.

Однак, для подальшого розвитку ринку франчайзингу в Україні є необхідність в подальшій освіті та підтримці підприємців, сприянні формуванню довіри між франчайзерами та франчайзі, а також розвитку професійних консалтингових та юридичних послуг у галузі франчайзингу.

Загалом, ринок франчайзингових послуг в Україні має потенціал для росту, і його подальший розвиток буде залежати від підтримки уряду, зацікавленості підприємців та споживачів, а також розвитку професійного співтовариства франчайзингу в країні.

#### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Останні роки відзначаються зростаючим інтересом науковців до франчайзингу як форми ведення бізнесу. В цій галузі було проведено багато досліджень, які відобра-

жаються у роботах вітчизняних і зарубіжних авторів. Деякі з відомих зарубіжних науковців, які досліджували франчайзинг, включають Ж. Дельта, Ф. Котлер, Ж. Ламбен і Ф. Росса.

В Україні також були проведені дослідження з франчайзингу відомими науковцями, такими як Л. М. Побоченко, О. О. Мартиненко, Н. В. Безрукова і М. О. Тонюк. Вони внесли вагомий внесок у розуміння франчайзингу як форми ведення бізнесу, різновидів франчайзингу, структури та потенційних ризиків. Одним із напрямків їх досліджень є пошук нових ефективних франчайзингових стратегій розширення бізнесу. Учені наголошують на необхідності адаптації та прийнятті нововведень, постійному пошуку шляхів вдосконалення виробничого процесу для успішного ведення бізнесу.

Економічні аспекти франчайзингу також вивчаються в роботах вчених, таких як О. Суковатий, О. Кузьмін, О. Корольчук, С. Махнуш та інші. Вони розкривають суть франчайзингу як прогресивної форми бізнесу, його різновиди, структуру та можливі ризики. Наприклад, І. Приходько, С. Огінок і О. Кузьмін провели цінний критичний огляд досліджень, заснованих на економетричних моделях і опублікованих у базах даних Scopus та Web of Science.

Таким чином, необхідне подальше наукове дослідження для розширення теоретичної основи та розробки нових стратегій у цій галузі.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** В ході проведених наукових досліджень було зроблено певний внесок у розуміння сутності франчайзингу. Однак, виникає потреба у постійному аналізі перспектив подальшого розвитку франчайзингу з урахуванням світового досвіду та виявленні чинників, що заважають цьому розвитку.

Постійний аналіз необхідний для того, щоб відстежувати тенденції та інновації на ринку франчайзингу, оцінювати їхній вплив на бізнес та прогнозувати майбутні напрямки розвитку. Врахування світового досвіду дозволяє вивчити передові практики та успішні стратегії в інших країнах і впроваджувати їх у власні умови.

**Формулювання цілей статті.** Метою статті є аналіз сучасного стану ринку франчайзингових послуг в Україні та його перспективи подальшого розвитку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** В Україні спостерігається значний ріст ринку франчайзингових послуг, на що вказує наявність понад 24 тисяч франчайзингових точок [6]. Цей позитивний розвиток свідчить про те, що франчайзинг є ефективним інструментом для розширення бізнесу, навіть в умовах економічної кризи. Він надає підприємствам можливість вступити до вже налагодженого бізнесу, отримати додатковий досвід та привернути нових клієнтів з меншими ризиками і зусиллями.

Проте, варто враховувати, що мінімізація витрат та ризиків, які є перевагами франчайзингу, не гарантує абсолютної успішності. Існують деякі недоліки, які слід враховувати. Наприклад, франчайзинговий бізнес може бути обмежений в свободі прийняття власних рішень, оскільки франчайзер може мати певні вимоги та обмеження. Крім того, існує ризик конфлікту інтересів між франчайзером і франчайзі, а також можливість залежності від успіху франчайзера.

Однак, незважаючи на ці недоліки, ринок франчайзингових послуг в Україні виявляє потенціал для подальшого розвитку. Виробники та підприємці мають можливість вибирати з різних секторів та брендів для франчайзингової угоди, що сприяє розширенню бізнесу та стимулює економічний розвиток. Важливим є існування правової бази та регулювання у сфері франчайзингу, що сприяє створенню сприятливих умов для розвитку цього сегменту.

Франчайзинг став основним напрямом бізнесу для багатьох українських компаній, дозволяючи їм стати відомими у всьому світі. Цей інструмент використовується вже протягом понад 200 років і допомагає локальним підприємствам перетворитися на глобальні бренди [11].

На початок 2022 року в Україні налічувалось 592 компанії-франчайзери і понад 24 000 франчайзингових об'єктів. Ці дані свідчать про поширеність і популярність франчайзингу серед українських компаній [1].

Згідно з дослідженням Franchise Group за 2022 рік, більш ніж 20 000 підприємців обрали купувати франшизи як спосіб розвитку свого бізнесу. Це свідчить про довіру, яку вони мають до українських франчайзерів, а також про трендовість та прибутковість українських компаній. Ці дані підкреслюють, що франчай-

зинг є важливим і ефективним інструментом для розвитку бізнесу в Україні, який дозволяє підприємствам швидко розширюватись та отримувати успіх на міжнародному рівні [10].

Франчайзинг вже довгий час вважається однією з найбільш зручних і ефективних моделей розвитку малого та середнього бізнесу. Шукати новий бренд та вкладати значні кошти в його просування не потрібно, оскільки вже існує готовий бренд, про який дбали інші. Крім того, підприємець-початківець отримує мінімальний ризик, оскільки працює під відомим та перевіреним форматом.

Навіть у контексті коронакризи та пов'язаних з нею викликів, ринок франчайзингу в Україні та у світі не зазнав занепаду, а навпаки, продовжує стабільно розвиватися. З'являються нові тенденції, споживачі змінюють свої пріоритети, і франчайзери вміло адаптуються до цих змін, враховуючи розвиток сучасного світу. Це свідчить про гнучкість та адаптивність франчайзингової моделі, яка забезпечує успішний розвиток бізнесу навіть у непевних економічних умовах. Цей позитивний тренд спонукає підприємців до розгляду франчайзингу як перспективної стратегії для розширення свого бізнесу і використання популярності вже встановлених брендів.

Україна має розвинутий франчайзинг практично у всіх галузях своєї економіки. Серед найпопулярніших сфер можна виділити громадське харчування, яке включає пекарні, кав'ярні та стрітфуд, а також різноманітні послуги, починаючи від салонів краси до туристичних агентств. Освіта та розвиток дітей, такі як освітні та розвиваючі центри, а також медицина та проекти, пов'язані зі зміцненням здоров'я, також належать до популярних сфер франчайзингу.

За кількістю франчайзингових об'єктів, перше місце займають послуги, друге місце припадає на ритейл, а громадське харчування займає третє місце. Зокрема український ритейл успішно зростає завдяки франчайзингу, коли в нього є власне виробництво та налагоджена логістика. Це означає, що франчайзинг став важливим каналом для розвитку роздрібної торгівлі в Україні. Компанії, які мають добре організовану систему постачання товарів та логістичну інфраструктуру, здатні привернути франчайзі та забезпечити їм успішну діяльність. Цей підхід сприяє розширенню бізнесу, популяризації бренду та залученню нових клієнтів, забезпечуючи вигоди як для франчайзера, так і для франчайзі [6].

Розглянемо галузеву структуру франчайзингу в Україні (рис. 1).

Аналізуючи надані дані рис.1., можна помітити наступні тенденції:

1. Послуги: кількість франчайзингових об'єктів у сфері послуг постійно зростає протягом періоду з 2018 по 2021 рік. З 7476 в 2018 році до 16879 в 2021 році, що свідчить про значний розвиток франчайзингу в цій галузі.

2. Ритейл: кількість франчайзингових об'єктів у роздрібній торгівлі також збільшується, але в меншому темпі порівняно зі сферою послуг. Від 2539 в 2018 році до 7446 в 2021 році.

3. Громадське харчування: на противагу ритейлу, громадське харчування відзначається стабільним зростанням протягом усього аналізованого періоду. Кількість франчайзингових об'єктів зростає з 6521 в 2018 році до 7227 в 2021 році.

Ці дані свідчать про популярність франчайзингу у всіх трьох секторах, але зокрема в сфері послуг та громадського харчування відбувається більш значний ріст. Варто зазначити, що це може бути пов'язано зі зростанням попиту на послуги та харчування серед населення, а також з більшим рівнем готовності підприємців до приєднання до вже впізнаваних та успішних брендів у цих галузях.

При огляді динаміки зростання кількості франчайзерів в Україні по роках помітно, що франчайзинг продовжує активно розвиватись у країні. Цікаво, що саме українські франшизи набувають найбільшого поширення (див. рис. 2).

Після проведення аналізу економічного ринку України можна констатувати, що ринок франчайзингових послуг демонструє активне зростання (див. рис. 2).

Проаналізувавши дані динаміки кількості франчайзерів в Україні за період з 2009 по 2021 рік, можна виявити певні тенденції. Зауважимо, що кількість франчайзерів в Україні зростала протягом більшості років з 2009 по 2015. Пік досягнуто в 2015 році, коли було зареєстровано 565 франчайзерів. Після цього відбувся спад у 2016 та 2017 роках, коли кількість франчайзерів скоротилась до 461 та 361 відповідно. Однак, з 2018 року спостерігається знову певне зростання, досягнувши показника в 554 франчайзера в 2021 році [9].

Загалом можна сказати, що кількість франчайзерів в Україні має коливання протягом років, але показує певну тенденцію до зростання після певних спадів. Це свідчить про стабільний інтерес до франчайзингової моделі бізнесу серед українських компаній.

Компанії мають усвідомлювати, що вибір франчайзингової моделі бізнесу передбачає продаж власного досвіду, тобто франшизи,

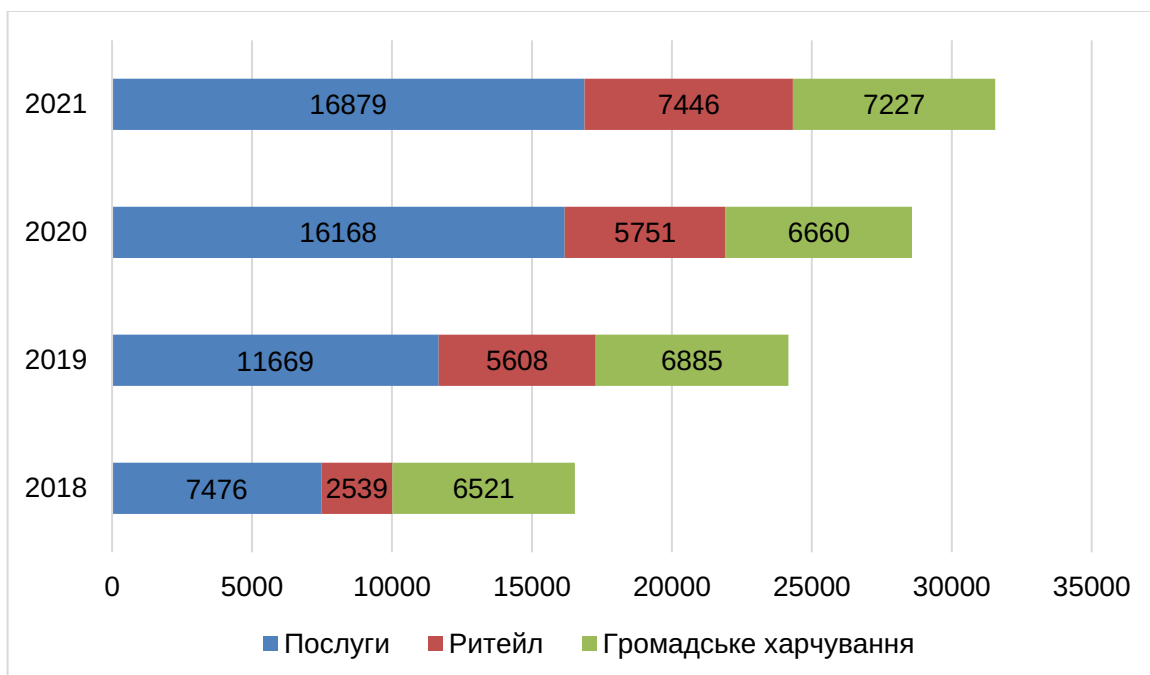


Рис. 1. Галузева структура франчайзингу в Україні

Джерело: складено на основі [6]

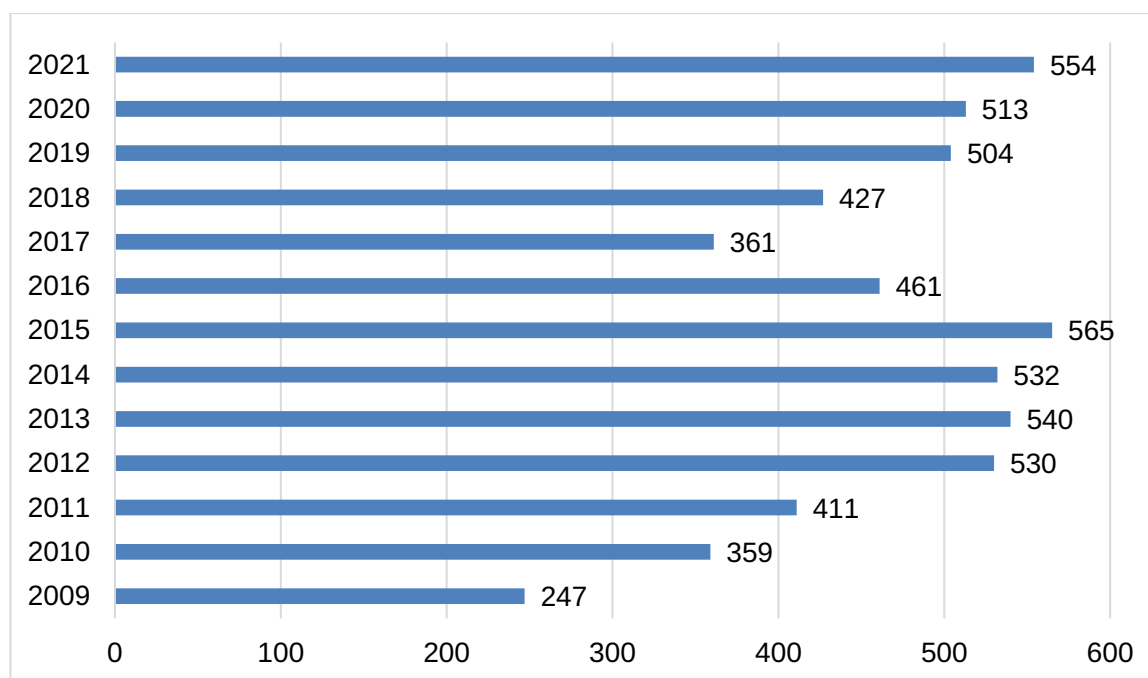


Рис. 2. Динаміка кількості франчайзерів в Україні, 2009–2021 рр.

Джерело: складено на основі даних [9]

коли вже наявно більше, ніж п'ять успішних та прибуткових об'єктів, які успішно працюють на ринку протягом трьох років. Після набуття досвіду і розуміння того, що ви робите, важливо створити «інтелектуальний компонент» для майбутніх партнерів-франчайзі.

В 2021 році на ринку України було зареєстровано 28 579 об'єктів франчайзингових компаній, які включали власні та франчайзингові об'єкти. З них 6 430 або 22% становили власні об'єкти франчайзерів, а 22 149 або 78% були утворені за рахунок продажу франшизи франчайзі. Ці дані яскраво свідчать про ефективність механізму розширення власного бізнесу через франчайзингову діяльність. Кількість франчайзингових об'єктів зросла на 4 417 одиниць протягом року.

На підставі цих даних (рис. 3) можна сказати, що франчайзингова модель бізнесу має стабільну присутність на ринку України протягом аналізованого періоду. Водночас, власний бізнес також зберігає свою значимість, хоча спостерігається коливання його частки. Загалом, франчайзинг є популярним варіантом для підприємців, оскільки він надає можливість використовувати успішний бізнесовий досвід і вже визнаний бренд для розширення свого власного бізнесу.

Багато франчайзингових брендів, які працюють в Україні, мають своє походження з різних країн світу. Відомі міжнародні фран-

чайзі здебільшого походять з США, Європи та Азії. Деякі популярні міжнародні франчайзингові бренди, які присутні в Україні, включають McDonald's, KFC, Subway, Burger King, Starbucks, H&M, Zara, IKEA, Decathlon та інші [2].

Однак, в Україні також існують успішні вітчизняні франчайзі, які самостійно розробили свої бізнес-концепції та експортують їх за межі країни. Деякі приклади українських франчайзингових брендів включають пекарню "Хлібний Дім", магазини солодоців ручної роботи «Львівська майстерня шоколаду» і «Веселі карамелі», та бутики дизайнерського одягу ANDRE TAN. Також варто зазначити такі мережі ресторанів як 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, а також [1].

Зазначені франчайзери встановили високу якість продуктів і послуг, а також визначили себе на ринку як надійні та популярні бренди. Вони досліджували свою цільову аудиторію, розвивали власні системи управління, маркетингові стратегії та стандарти обслуговування, що дозволило їм успішно розширюватися та привертати нових франчайзі-партнерів. Багато з цих компаній отримали визнання як на внутрішньому ринку, так і за його межами,

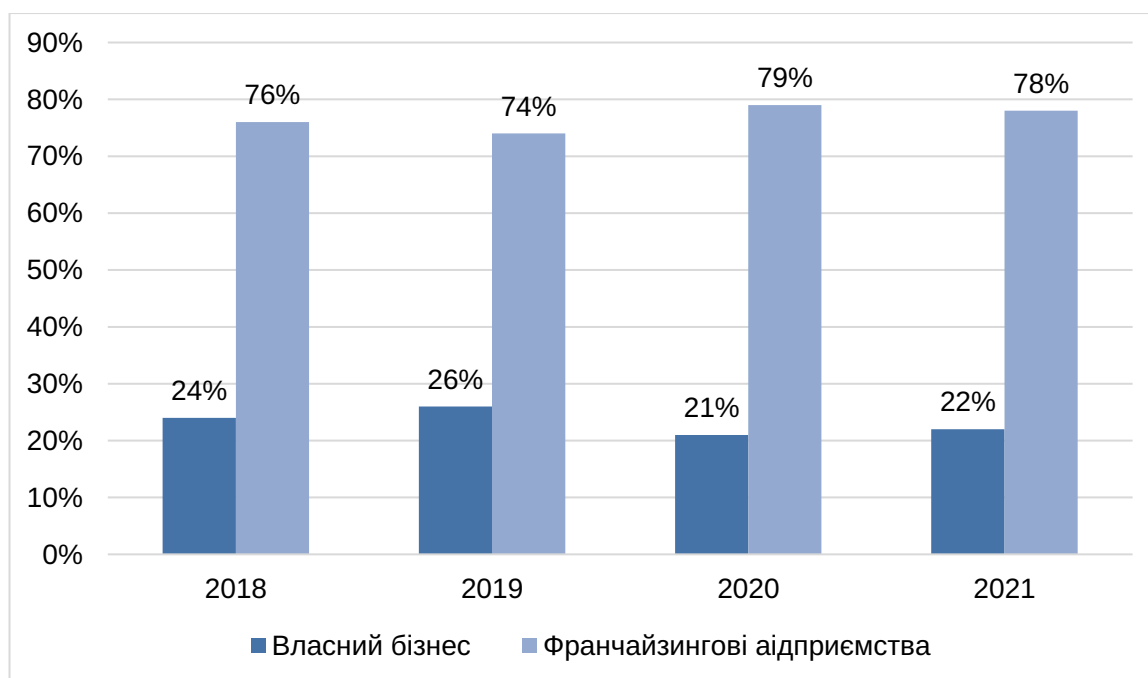


Рис. 3. Частка власних та франчайзингових компаній на ринку України, 2018–2021 рр., (%)

Джерело: складено на основі даних [8]

ставши відомими українськими брендами, які розширюють свою присутність на міжнародному рівні.

Таким чином, франчайзингові бренди в Україні можуть мати як зарубіжне, так і вітчизняне походження, залежно від того, звідки походить сама компанія-франчайзер. Українські підприємці мають можливість обрати як міжнародний, так і внутрішній франчайзинговий бренд для розвитку свого бізнесу.

Сьогодні в Україні доступно безліч варіантів франчайзингу, задовольняючи різні смаки та потреби підприємців. Проте, варто враховувати, що у деяких галузях, наприклад, в сільському господарстві чи виробництві, вибір франчайзингових можливостей може бути обмеженим. Також слід пам'ятати, що франчайзинг, як і будь-яка інша модель бізнесу, має як переваги, так і недоліки.

Хоча франчайзинг надає підприємцю можливість використовувати вже перевірений бізнесовий формат та відомий бренд, інколи купівля готового бізнесу може бути альтернативою. У такому випадку підприємець має можливість розвивати свою власну справу, інвестуючи в підвищення власної брендової цінності, без необхідності сплачувати роялті та інші відрахування франчайзеру.

Однак, з кожним роком все більше підприємців звертають свою увагу на франчай-

зингові проекти і обирають його як зручний інструмент для старту або масштабування свого бізнесу. Вибір між франчайзингом та іншими варіантами підприємництва залежить від конкретних потреб, ресурсів та цілей кожного підприємця.

Українські франшизи викликають значний інтерес на ринку України, перш за все, через їх доступнішу ціну і більш просту налагодження робочих процесів. Це робить їх привабливими для підприємців, які шукають можливості розвитку свого бізнесу. Однак, франшизи іноземних компаній, які впроваджуються на український ринок, залишаються популярними.

Популярність зовнішніх франшиз пояснюється високим рівнем впізнаваності торгової марки, присутністю відомого бренду, ефективною маркетинговою політикою та іншими факторами. Ці чинники забезпечують додаткові переваги для підприємців, які вирішують приєднатися до вже відомої і успішної мережі франчайзі. Такий вибір дозволяє підприємцям використовувати вже налагоджену бізнес-модель і сприяє їх успіху на ринку.

Незалежно від того, чи обирають українські франшизи або франшизи з-за кордону, важливим фактором є збалансований аналіз та врахування власних потреб, можливостей та цілей підприємця перед вступом до франчайзингового бізнесу.

Франчайзинговий бізнес в Україні має значні перспективи і потенціал для подальшого розвитку. Розглянемо низку факторів, що підтверджують цю тенденцію, та які вказують на потенціал подальшого зростання і розвитку франчайзингу в країні у табл. 1.

Загалом, франчайзинговий бізнес в Україні має перспективи для подальшого зростання та розвитку. Підприємці, які розуміють переваги франчайзингу і вміють ефективно використовувати його можливості, можуть знайти успіх на українському ринку та за його

межами. Однак, важливо звернути увагу на вибір правильної франчайзі та ретельно проаналізувати умови угоди перед початком бізнесу.

**Висновки.** Отже, можемо зробити висновок, що франчайзингова модель бізнесу має стабільну присутність на ринку України протягом досліджуваного періоду. Вона є популярним варіантом для підприємців, оскільки надає можливість використовувати успішний бізнесовий досвід і вже визнаний бренд для розширення власного бізнесу.

Таблиця 1

### Фактори впливу на розвиток франчайзингового бізнесу в Україні

Фактор	Сутність
Зростання популярності	З кожним роком все більше підприємців усвідомлюють переваги франчайзингової моделі бізнесу, такі як готовий бренд, налагоджена бізнес-модель та підтримка франчайзера. Це призводить до зростання попиту на франчайзингові можливості.
Ринкові можливості	Україна має значний ринковий потенціал, широку аудиторію та зростаючу середню класу. Це створює сприятливу основу для впровадження нових франчайзингових концепцій у різних сферах, включаючи ресторани, роздрібну торгівлю, послуги тощо.
Зростання підприємницької активності	В Україні спостерігається зростання кількості підприємців, які шукають нові можливості для розвитку бізнесу. Франчайзинг надає їм можливість започаткувати власний бізнес з меншими ризиками, використовуючи вже встановлену та успішну концепцію.
Зовнішні інвестиції	Іноземні компанії все більше виявляють інтерес до українського ринку і розглядають можливість впровадження своїх франчайзингових проектів. Це сприяє перенесенню високоякісних міжнародних брендів та технологій в Україну, що збільшує розмаїття пропозицій для підприємців.
Розширення внутрішнього ринку	Україна є великим ринком зі значним потенціалом для розвитку франчайзингу в різних галузях, включаючи роздрібну торгівлю, громадське харчування, послуги, освіту та інші. Запит на продукти і послуги існує, тому франчайзингові компанії можуть успішно розширюватись на внутрішньому ринку.
Інновації і технології	Впровадження нових технологій і інновацій є ключовим фактором для розвитку франчайзингових компаній в Україні. Висока технологічна освідженість та інтерес споживачів до новацій сприяють успіху франчайзингових проектів, що використовують передові рішення та підходи.
Міжнародні можливості	Українські франчайзі також мають потенціал для розширення за межі країни. Деякі українські франчайзі вже успішно ведуть свою діяльність за кордоном, а інші мають потенціал для міжнародного розширення. Це створює можливості для залучення іноземних інвесторів та розширення глобального впливу українських франчайзингових компаній.
Підтримка від держави	Український уряд активно працює над поліпшенням бізнес-клімату в країні, спрямовуючи зусилля на спрощення адміністративних процедур та створення сприятливих умов для підприємництва. Це стимулює розвиток франчайзингових проектів і залучення нових учасників.
Збільшення усвідомлення та зростання довіри	З кожним роком українські підприємці стають більш свідомими про переваги франчайзингу, а споживачі довіряють відомим брендам, які працюють на ринку України. Це сприяє збільшенню популярності франчайзингових проектів серед підприємців та забезпечує підтримку з боку споживачів.

Джерело: складено на основі даних [3; 5; 7]

Багато франчайзингових брендів, які працюють в Україні, мають зарубіжне походження. Це свідчить про те, що міжнародні франчайзі добре представлені в країні і вони здебільшого походять з США, Європи та Азії. Однак також існують успішні вітчизняні франчайзі, які розробили свої власні бізнес-концепції та успішно експортують їх за межі країни.

Українські франчайзі відзначаються високою якістю продуктів і послуг, а також вони відомі як надійні та популярні бренди. Вони

досліджують свою цільову аудиторію, розвивають системи управління, маркетингові стратегії та стандарти обслуговування, що дозволяє їм успішно розширюватися та привертати нових франчайзі-партнерів. Багато з цих компаній отримали визнання як на внутрішньому, так і на міжнародному ринку. Вибір між франчайзингом та іншими варіантами підприємництва залежить від конкретних потреб, ресурсів та цілей кожного підприємця.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Бондаренко Н. М., Савченко Д. В. Ринок франчайзингових послуг в Україні: переваги та недоліки. *Науковий погляд: економіка та управління*. 2020. № 2 (68). С. 7–11. DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-68-1>.
2. Василевський І. П. Аналіз використання франчайзингу в Україні. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2020. № 46. С. 43–57.
3. Глушаченко Н. А. Міжнародний франчайзинговий бізнес. URL: [http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8608/1/term%20paper\\_IE\\_Glushachenko.pdf](http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/8608/1/term%20paper_IE_Glushachenko.pdf) (дата звернення: 4.05.2023).
4. 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](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_9_38)
5. Огінок С. В. Економетричний аналіз впливу франчайзингу на економічне зростання. *Причорноморські економічні студії*. 2016. № 11. С. 34–37. URL: <http://bses.in.ua/journals/2016/11-2016/8.pdf>
6. Офіційний сайт Асоціації франчайзингу України. URL: <https://franchising.org.ua> (дата звернення: 4.05.2023).
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>.
8. Попри війну 57% мереж франшиз не закрили жодного об'єкта. У чому стійкість франчайзингу? Дослідження Franchise Group. URL: <https://forbes.ua/company/popri-viynu-57-merezh-franshiz-ne-zakrili-zhodnogo-obekta-u-chomu-stiykist-franchayzingu-doslidzhennya-franchise-group-28122022-10805> (дата звернення: 4.05.2023).
9. Franchise Business Economic Outlook for, 2022. URL: <https://www.franchise.org/sites/default/files/202202/2022%20Franchising%20Economic%20Outlook.pdf> (дата звернення: 4.05.2023).
10. Franchise Group. URL: <http://franchisegroup.com.ua/catalog-franchise>. (дата звернення: 4.05.2023).
11. Franchise Ventures LLC. "The Franchise Lead Generation Demand Gap: What It Means." Franchise Insights, 11 Nov. 2021. URL: <https://www.franchiseinsights.com> (дата звернення: 4.05.2023).
12. International Franchise Association. The Profile of Franchising. – Washington, DC: The IFA Educational Foundation. 2022. 23 p. URL: <https://www.franchise.org> (дата звернення: 4.05.2023).

#### REFERENCES:

1. Bondarenko N. M., Savchenko D. V. (2020) Rynok franchaizynhovykh posluh v Ukraini: perevahy ta nedoliky [The market of franchising services in Ukraine: advantages and disadvantages]. *Naukovyi pohliad: ekonomika ta upravlinnia* [Scientific view: economics and management]. No. 2 (68), pp. 7–11. DOI: <https://doi.org/10.32836/2521-666X/2020-68-1>.
2. Vasylevsky I. P. (2020) Analiz vykorystannia franchaizynhu v Ukraini [Analysis of the use of franchising in Ukraine]. *Aktualni problemy ekonomiky ta upravlinnia* [Actual problems of economy and management]. No. 46, pp. 43–57.
3. Hlushachenko N. A. Mizhnarodnyi franchaizynhovy biznes [International franchise business]. Available at: <http://dspace.uabs.edu.ua/jspui/bitstream/> (accessed May 4, 2023).
4. Martynenko O. O. (2018) Svitovyi dosvid vykorystannia franchaizynhu yak efektyvnoi modeli rozshyrennia biznesu [World experience of using franchising as an effective model of business expansion]. *Biznes Inform* [Business Inform]. No. 9, pp. 253–258. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf\\_2018\\_9\\_38](http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2018_9_38). (in Ukrainian)



5. Ohinok S. V. (2016) Ekonometrychnyi analiz vplyvu franchaizynhu na ekonomichne zrostantia [Econometric analysis of the impact of franchising on economic growth]. *Prychornomorski ekonomichni studii* [Black Sea Economic Studies]. No. 11, pp. 34–37. URL: <http://bses.in.ua/journals/2016/11-2016/8.pdf>.
6. Ofitsiynyi sait Asotsiatsii franchaizynhu Ukrainy. [Official site of the Franchising Association of Ukraine]. Available at: <https://franchising.org.ua> (accessed May 4, 2023).
7. Pobochenko L. M. (2016) Rozvytok franchaizynhovoho biznesu v krainakh Yevropy. [Development of franchise business in European countries]. *Stratehiiia rozvytku Ukrainy* [Development strategy of Ukraine]. No. 1, pp. 57–64. Available at: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/45.pdf> (in Ukrainian).
8. Popry viinu 57% merezh franshyz ne zakryly zhodnoho ob'iekta. U chomu stiikist franchaizynhu? Doslidzhennia Franchise Group [Despite the war, 57% of franchise chains did not close a single facility. What is the sustainability of franchising? Research Franchise Group]. Available at: <https://forbes.ua/company/popri-viynu-57-merezh-franshiz-ne-zakryli-zhodnogo-obekta-u-chomu-stiykist-franchayzingu-doslidzhennya-franchise-group-28122022-10805> (accessed May 4, 2023).
9. Franchise Business Economic Outlook for, 2022. Available at: <https://www.franchise.org/sites/default/files/202202/2022%20Franchising%20Economic%20Outlook.pdf> (accessed May 4, 2023).
10. Franchise Group. Available at: <http://franchisegroup.com.ua/catalog-franchise> (accessed May 4, 2023).
11. Franchise Ventures LLC. “The Franchise Lead Generation Demand Gap: What It Means.” Franchise Insights, 11 Nov. 2021. Available at: <https://www.franchiseinsights.com> (accessed May 4, 2023).
12. International Franchise Association. The Profile of Franchising. – Washington, DC: The IFA Educational Foundation. 2022. 23 p. Available at: <https://www.franchise.org> (accessed May 4, 2023).