

СВІТОВИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ФРАНЧАЙЗИНГУ ЯК ЕФЕКТИВНОЇ МОДЕЛІ РОЗШИРЕННЯ БІЗНЕСУ

©2018 МАРТИНЕНКО О. О., ШУБА М. В.

УДК 339.187.44

Мартиненко О. О., Шуба М. В. Світовий досвід використання франчайзингу як ефективної моделі розширення бізнесу

Метою статті є визначення сучасного стану розвитку франчайзингу в різних країнах світу як моделі розширення існуючого бізнесу. Розглянуто сутність франчайзингу як форми організації бізнесу на прикладі механізму застосування окремих його типів. Найбільш поширеною класифікацією є поділ франчайзингу на такі різновиди, як бізнес-франчайзинг і традиційний, або товарний, франчайзинг. Досліджено динаміку зростання кількості франчайзингових установ у світі та галузеву структуру міжнародного франчайзингу. Проаналізовано франчайзинговий ринок США. Визначено, що використання франчайзингової моделі на міжнародному рівні є конкурентною перевагою для експорту США. Досліджено ринок франчайзингу країн-експортерів, що є лідерами в цій галузі, – Німеччини та Великої Британії.

Ключові слова: франчайзинг, франчайзі, франчайзер, бізнес.

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 9.

Мартиненко Ольга Олександрівна – студентка факультету міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: martynenko1984@gmail.com

Шуба Марина Володимирівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародних економічних відносин, Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна (пл. Свободи, 4, Харків, 61022, Україна)

E-mail: marinashuba@karazin.ua

УДК 339.187.44

Мартыненко О. А., Шуба М. В. Международный опыт использования франчайзинга как эффективной модели расширения бизнеса

Целью статьи является определение современного состояния развития франчайзинга в разных странах мира в качестве модели расширения существующего бизнеса. Рассмотрена сущность франчайзинга как формы организации бизнеса на примере механизма применения отдельных его типов. Наиболее распространенной классификацией является разделение франчайзинга на такие разновидности, как бизнес-франчайзинг и традиционный, или товарный, франчайзинг. Исследованы динамика роста количества франчайзинговых учреждений в мире и отраслевая структура международного франчайзинга. Проанализирован франчайзинговый рынок США. Определено, что использование франчайзинговой модели на международном уровне является конкурентным преимуществом для экспорта США. Исследован рынок франчайзинга стран-экспортеров, которые являются лидерами в этой области, – Германии и Великобритании.

Ключевые слова: франчайзинг, франчайзи, франчайзер, бизнес.

Рис.: 1. **Табл.:** 1. **Библ.:** 9.

Мартыненко Ольга Александровна – студентка факультета международных экономических отношений и туристического бизнеса, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)

E-mail: martynenko1984@gmail.com

Шуба Марина Владимировна – кандидат экономических наук, доцент кафедры международных экономических отношений, Харьковский национальный университет им. В. Н. Каразина (пл. Свободы, 4, Харьков, 61022, Украина)

E-mail: marinashuba@karazin.ua

UDC 339.187.44

Martynenko O. O., Shuba M. V. The International Experience in the Use of Franchising as an Efficient Model of Business Expansion

The article is aimed at defining the current status of franchising development in different world countries as a model of expansion of existing business. The essence of franchising is considered as a form of business organization on the example of mechanism for application of its individual types. The most common classification is the division of franchising into such varieties as business franchising and traditional, or marketable, franchising. The dynamics of growth of the number of franchising institutions in the world and the branch structure of international franchising are researched. The US franchise market is analyzed. It is determined that the use of franchising model at the international level is a competitive advantage for U.S. exports. The authors explore the market of franchising of the leading exporting countries in this field – Germany and Great Britain.

Keywords: franchising, franchisee, franchiser, business.

Fig.: 1. **Tbl.:** 1. **Bibl.:** 9.

Martynenko Olha O. – Student, Faculty of International Economic Relations and Tourism Business, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: martynenko1984@gmail.com

Shuba Maryna V. – PhD (Economics), Associate Professor of the Department of International Economic Relations, V. N. Karazin Kharkiv National University (4 Svobody Square, Kharkiv, 61022, Ukraine)

E-mail: marinashuba@karazin.ua

Сьогодні франчайзинг є однією з найшвидших і найпопулярніших стратегій розширення бізнесу. На ринку франчайзингу, як і в будь-якій галузі економіки, є як країни-лідери, частка франчайзингових мереж яких превалює на міжнародній арені, так і країни з меншим рівнем розвитку франчайзингу. Наразі в Україні існують передумови для інтенсивного розвитку франчайзингу, тому дослідження досвіду країн, що досягли успіху у його використанні як ефективної моделі розширення бізнесу, є актуальним.

Аналіз останніх наукових досліджень та публікацій свідчить про те, що теоретичний аспект франчайзингу є досить добре вивченим. Наприклад, у роботах таких вітчизняних авторів, як Григоренко Т. М. [1], Данніков О. В. [2], Дмитришин В. С. [3], Мазуренко В. П. [4], Семененко І. М. [5] розглядаються різні теоретичні та практичні аспекти франчайзингу. Зокрема, аналізується сутність франчайзингу, історія його розвитку, переваги використання франчайзингу в економічних відносинах суб'єктів бізнесу,

надаються обґрунтування фінансової доцільності франчайзингу тощо. Проте окремі питання щодо напрямків та особливостей застосування франчайзингу потребують подальших досліджень.

Метою статті є визначення сучасного стану розвитку франчайзингу в різних країнах світу як моделі розширення існуючого бізнесу.

Франчайзинг є методом розподілу товарів або послуг шляхом ліцензування бізнес-процесів, товарів, послуг або інтелектуальної власності. У подальшому ця інформація використовується інвесторами для побудови бізнесу за вже готовою бізнес-моделлю. Цей метод ведення бізнесу полягає в тому, що компанія-власник (франчайзер) надає незалежному бізнесмену чи компанії (франчайзі) право на продаж товарів і послуг цієї компанії в обмін на зобов'язання франчайзі продавати ці товари чи послуги з дотриманням визначених якісних характеристик, із застосуванням обумовлених технологій, за розробленою схемою, у чітко встановленому місці, під визначеним товарним знаком.

В основі франчайзингу як особливої форми організації бізнесу можуть лежати принципи маркетингу (бізнес-франчайзинг) або розподілу товарів. Сутність франчайзингу як форми організації бізнесу краще та детальніше можна розглянути на прикладі механізму застосування окремих його типів, адже кожен із них має суттєві особливості та принципи застосування.

Найбільш поширеною класифікацією є поділ франчайзингу на такі різновиди, як бізнес-франчайзинг і традиційний, або товарний, франчайзинг. Бізнес-франчайзинг є найбільш поширеним видом франчайзингу та полягає в тому, що франчайзер передає франчайзі не тільки право здійснювати свою діяльність під іменем франчайзі, а й комплексну систему ведення бізнесу. За таких умов франчайзі зазвичай надається підтримка на всіх стадіях розробки нової франчайзингової одиниці: вибір місця розташування, інструкції щодо основних бізнес-процесів, стандарти системи якості, маркетингові матеріали та інше. Окрім права використовувати бізнес-модель, франчайзер буде надавати франчайзі ліцензію на права інтелектуальної власності та ноу-хау та забезпечить навчання персоналу [2]. По суті, успішна бізнес-модель відтворюється та керується незалежними фізичними/юридичними особами, під наглядом, контролем і за сприяння власника бізнес-моделі. Головною перевагою такого способу ведення бізнесу є мінімізація ризиків при розширенні мережі за рахунок створення нових ланок франчайзингової мережі, а також можливість вийти на зарубіжні ринки з меншими витратами. Цей вид франчайзингу широко використовується у сфері послуг та готельно-ресторанному бізнесі [1].

Незважаючи на широку популярність, загальний обсяг фінансових надходжень від бізнес-фран-

чайзингу значно менше, ніж від традиційного, або товарного, франчайзингу. Фокус традиційного франчайзингу направлений не на поширення комплексної бізнес-моделі, а на дистрибуцію товарів, вироблених франчайзером для подальшої передачі та реалізації від імені франчайзі. Франчайзер, який зазвичай є виробником продукції, здійснює продаж готової продукції або напівфабрикатів франчайзі, який, своєю чергою, здійснює перед- і післяпродажне обслуговування споживачів товарів франчайзера та відмовляється від збуту товарів конкурентів. Ця умова є ключовою у взаємовідносинах франчайзера і франчайзі.

У більшості випадків дана категорія товарів потребує передпродажного та післяпродажного сервісу. Найбільш поширеним даний вид франчайзингу є в таких галузях, як сфера надання індивідуальних та бізнес-послуг, ресторанний бізнес, а також роздрібна торгівля. Попри свою лідерську позицію, ці галузі також показують найбільшу динаміку зростання в міжнародній галузевій структурі зі кількістю установ. Як видно з *табл. 1*, у період з 2014 по 2017 рр. найбільший приріст франчайзингових установ спостерігався у сфері надання індивідуальних послуг – на 7,4%. Головним чином, це обумовлене тим, що все більше і більше видів бізнесу з надання індивідуальних послуг переходять на франчайзинг. Рекордні показники приросту кількості франчайзингових установ спостерігалися у сфері роздрібною торгівлі у період 2014–2015 рр. Переважно це відбулося завдяки виходу відомої американської франшизи 7-Eleven на азійський ринок, а також за рахунок органічного приросту. Кількість франчайзингових установ у сфері ресторанного бізнесу із року в рік стабільно зростає в середньому на 2% завдяки порівняно легкому способу входу до категорії та високому рівні адаптивності споживачів до даного виду установ.

У міжнародному франчайзингу можна виділити 8 основних галузей, в яких франчайзинг є найбільш розповсюдженим: автомобільний бізнес, бізнес-послуги, комерційні та житлові послуги, готельний бізнес, сфера надання індивідуальних послуг, ресторанний бізнес, нерухомість, роздрібна торгівля. На *рис. 1* можна побачити, що з усіх представлених галузей лідерами є ресторанний бізнес (30%) і сфера роздрібною торгівлі (25%). Така популярність даних франшиз зумовлена тим, що вони зазвичай порівняно недорогі, значна частина інвестицій йде на закупку товарів, а франчайзери на період запуску не виставляють паушальний платіж своїм франчайзі та надають знижки на закупку товарів.

За останні 10 років франчайзингова модель ведення бізнесу набула популярності по всьому світу, особливо у Бразилії, Китаї та Мексиці. За даними Міжнародної асоціації франчайзингу (IFA, IFA), їх учасники розглядають експансію за кордоном як важливий спосіб диверсифікації свого портфелю. На-

Динаміка зростання кількості франчайзингових установ у світі

Сфера	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.	2018 р., прогноз
Автомобільний бізнес	35,913	36,535	37,100	37,645	38,065
	Відсоткова зміна		1,7	1,5	1,1
Бізнес-послуги	101,590	103,596	105,080	106,207	108,037
	Відсоткова зміна		2,0	1,4	1,7
Комерційні та житлові послуги	63,552	64,371	65,083	65,817	66,966
	Відсоткова зміна		1,3	1,1	1,7
Готельний бізнес	26,939	27,396	27,712	27,998	28,475
	Відсоткова зміна		1,7	1,2	1,7
Сфера індивідуальних послуг	102,635	104,333	106,940	110,236	113,536
	Відсоткова зміна		1,7	2,5	3
Ресторанний бізнес	210,562	213,628	218,238	222,057	226,699
	Відсоткова зміна		1,5	2,2	2,1
Нерухомість	59,722	60,712	61,653	62,652	63,596
	Відсоткова зміна		1,7	1,5	1,5
Роздрібна торгівля	80,762	109,887	111,491	112,678	113,862
	Відсоткова зміна		36,1	1,5	1,1
Загальна кількість установ	681,675	720,458	733,297	745,290	759,236

Джерело: складено за [6].

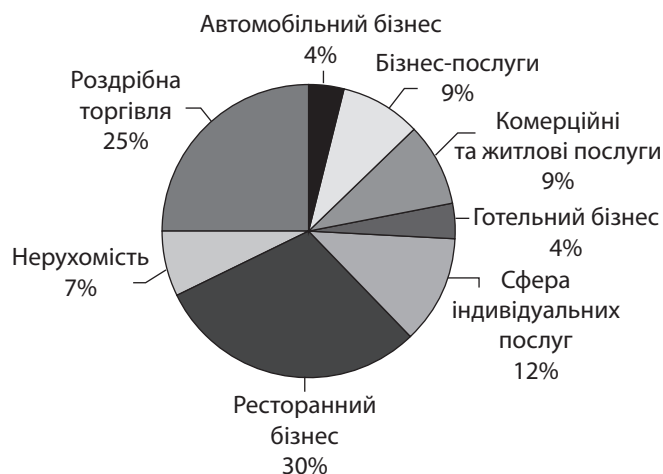


Рис. 1. Галузева структура міжнародного франчайзингу у 2017 р.

Джерело: складено за [6].

приклад, опитування членів ІФА у 2017 р. показало, що 61% респондентів у даний час уже ведуть свою діяльність за кордоном. Майже три чверті респондентів заявили, що планують розпочати або прискорити міжнародну експансію [9].

У деяких країнах іноземні франчайзингові компанії зобов'язані створювати спільні підприємства з місцевими компаніями. У деяких випадках, наприклад у США, франчайзери заохочують укладання угод про спільні підприємства, щоб скористатися

перевагами експертизи місцевої компанії чи фізичної особи.

Окрім того, що франчайзинг є методом дистрибуції, він також використовується як спосіб розширення існуючого бізнесу. У цьому сенсі ми просто дивимося на франчайзинг з іншої точки зору, а саме – бізнес, який шукає шляхи розширення масштабу своєї діяльності. Франчайзинг, що використовується як метод дистрибуції, є альтернативним

засобом формування капіталу. Традиційні способи нарощення капіталу включають кредити венчурного капіталу, різні форми банківського та комерційного фінансування або державного чи приватного розміщення цінних паперів через канали інвестування. Франчайзинг може розглядатися як альтернатива цим більш традиційним способам збільшення капіталу [8].

Під час оцінки потенційних ринків для франчайзингової експансії компанії оцінюють країни за такими показниками:

- ✦ кількість населення (розмір ринку);
- ✦ обсяг середнього класу (наявний дохід, рівень платоспроможності споживачів);
- ✦ нормативно-правова база (наскільки сприятливим є законодавче середовище);
- ✦ фінансова інфраструктура (оцінка можливості реалізації свого капіталу).

Якщо розглядати суб'єктів франчайзингової діяльності як складову економіки країни, то можна зробити висновок, що є країни-експортери, а є країни-імпортери. Країни-експортери відрізняються високим рівнем розвитку франчайзингової галузі та фінансових надходжень до державного бюджету від даної галузі. Але головна відмінність полягає в тому, що франчайзинговий сектор даних країн представлений переважно національними франшизами, які водночас мають широке покриття в інших країнах [4].

Ряд авторів – як аналітиків галузі, так і науковців – визначили ринки, що розвиваються, як тему, що потребує подальших досліджень. Франчайзинг на ринках, що розвиваються, також пропонує країнам-експортерам певні переваги. Ці переваги включають отримання іноземної валюти, збільшення зайнятості та, таким чином, зростання податкової бази франчайзера та валового внутрішнього продукту країни. Крім того, зростання і розвиток франшизи приводить до розвитку підприємницької діяльності, що складається з мереж малого та середнього бізнесу. Звичайно, франчайзі «вдома» більше схильні до розвитку. У результаті збільшується база щодо розподілу товарів, управління ринком і західноєвропейськими методами маркетингу, що збільшує кваліфікаційну базу місцевої робочої сили. Зростає ефективність завдяки інноваціям та раціоналізації в усіх галузях економіки – роздрібній торгівлі, оптовій торгівлі, виробництві та сфері послуг. Це призводить до подальшого розвитку інфраструктури країни, особливо у сфері транспорту та розподілу товарів.

Загалом, франчайзинг у всьому світі сприяє створенню більш сприятливої цінової системи для споживача за рахунок ефективного розподілу товарів і послуг та поступового покращення якості за допомогою стандартизації. Особливо це стосується розширення роздрібного франчайзингу. Ефективність технологічної та цифрової революції, ймовірно, знизить витрати для споживачів. Підвищення роздрібно-

го франчайзингу в країнах, що розвиваються, забезпечить дані, необхідні для дослідників та уряду країни перебування, щоб визначити вплив роздрібного франчайзингу на економічний розвиток [6].

Беззаперечним лідером даної галузі є США, оскільки франчайзингова система даної країни є найбільшою у світі. За даними Міжнародної Асоціації франчайзингу, в даний час у країні по системі франчайзингу працює 181 153 франчайзингових установ, на яких зайнято понад 9 млн осіб, або 6,5% робочої сили США. Франчайзингові компанії надали щорічну зарплату в розмірі 351,1 млрд дол. США, або 3,8% усіх робочих місць. Валовий внутрішній продукт (ВВП) від франчайзингових підприємств склав 3,4% від усього приватного ВВП у Сполучених Штатах у 2017 р. Американські бренди та франчайзингові системи швидко розповсюджуються на нових ринках по всьому світу, сприяють створенню робочих місць, стимулюють експорт американських товарів та послуг і відіграють важливу роль у комерційній дипломатії.

Експортуючи франчайзингові системи, компанії не тільки розширюють свій бізнес, вони також сприяють розвитку місцевої економіки в багатьох країнах. Через високу якість своєї продукції (дотримання стандартів є основою моделі франчайзингу), а також сильні системи навчання та маркетингової підтримки, франчайзингові системи США є світовими лідерами. Оскільки США є найбільш зрілим у світі франчайзинговим ринком, використання франчайзингової моделі на міжнародному рівні є конкурентною перевагою для експорту США. Коли франчайзингова система експортується, міжнародний франчайзі сплачує франчайзеру частку своїх доходів (франшизних зборів) в обмін на право керувати бізнесом у своїй країні. Через таку структуру зростання франчайзингу американські компанії створюють нові робочі місця за кордоном, а не експортують робочі місця з США. За даними Бюро Економічного Аналізу, франчайзингові платежі від зарубіжних франчайзі за 2010–2016 рр. зросли вдвічі, що позитивно вплинуло на торговельний баланс США [7].

Найбільш активно франшизи компаній США реалізуються у Великій Британії та Канаді, що в більшості випадків пояснюється відсутністю мовного бар'єру та схожим рівнем економічного та культурного розвитку. Міжнародні торговельні угоди, такі як Транс-Тихоокеанське партнерство (ТЕС), надають більші можливості франчайзерам США експортувати свої бізнес-моделі. Ці угоди визначають умови для компаній у США шляхом усунення бар'єрів та створення прозорості. Вони сприятимуть суттєвому розширенню експорту товарів та послуг, виготовлених у США, особливо в Азійсько-Тихоокеанський регіон [4]. Варто відзначити, що останнім часом наростаючими темпами збільшується популярність Китаю як країни для розширення франчайзингового ринку США.

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. 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 сектора країни. Цей висновок підтверджують і такі дані: за останні сім років число франчайзерів і франчайзі зросло на 75% (з 16 тис. до 28 тис. відповідно). При цьому Німецька Асоціація Франчайзингу прогнозує стабільний приріст франчайзі на 8–10% щорічно. Економічну життєздатність франчайзингових систем підтверджують такі дані: за 5 років тільки 8% підприємств виявилися неплатоспроможними, а товарообіг у сфері франчайзингу за 2017 р. склав 22,4 млрд євро. Найбільше зростання франчайзингових мереж спостерігалось у сфері швидкого харчування, а також у сферах обслуговування, автомобільній галузі, індустрії розваг і готельному бізнесі [7].

На третьому місці за розвитком франчайзингового бізнесу знаходиться Велика Британія. Сьогодні у країні функціонує 936 франчайзингових мереж з більш ніж 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.

Крім розвинених країн, велика кількість франчайзингових мереж присутня в таких країнах, як Росія (2420 установ), Бразилія (1688 установ), Індія (1575 установ), Туреччина (1400 установ) [5]. Дану ситуацію можна пояснити відносним перевищенням американського франчайзингового ринку і розвитком альтернативних форм ведення бізнесу. Що стосується таких країн, як Китай, Бразилія, Індія, Туреччина та Росія, то тут спостерігається зворотна реакція: організація бізнесу за системою франчайзингу знаходить все більшу популярність, зважаючи на такі переваги, як використання марки, яка вже завоювала лояльність споживачів і репутацію, можливість роботи з готовою бізнес-моделлю, а також значна економія інвестицій на становлення бізнесу, навчання, маркетинг [8].

Крім того, зростання кількості франчайзерів пояснюється важливими змінами в законодавстві багатьох країн, що створили закони з регулювання франчайзингової діяльності. Піку цей процес досяг у період 1990–2000 рр. в Австралії, Бразилії, Венесуелі, Індонезії, Італії, Китаї, Малайзії, Мексиці, Росії, Франції та Південній Кореї [2].

Також були створені міжнародні франчайзингові організації. Завдяки їх діяльності відсутність правового регулювання в тій чи іншій країні не пе-

решкоджає виходу франчайзерів на ринок цих країн і надає велику свободу при виборі нових ринків. Міжнародна франчайзингова асоціація щорічно розробляє місії з розвитку франчайзингу в нових країнах. На сучасному етапі цільовими напрямками для місії Міжнародної франчайзингової організації є Середній Схід і Африка [9].

ВИСНОВКИ

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. Також важливим фактором успіху франчайзингового бізнесу у країні є наявність нормативно-правової бази, яка гарантує прозорість регулювання даної сфери бізнесу та чіткий розподіл зобов'язань між франчайзером і франчайзі. Додатковими стимулами розвитку франчайзингу у країнах-лідерах також є: зміщення акцентів в економіці від виробництва до надання послуг, загальні процеси урбанізації, зростання доходів. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Григоренко Т. М. Класифікація франчайзингових мереж у роздрібній торгівлі. *Проблеми економіки*. 2016. № 4. С. 114–119.
2. Данніков О. В. Франчайзингові відносини: суть і проблеми розвитку. *Молодь і ринок*. 2012. № 11. С. 147–151.
3. Дмитришин В. С. Міжнародний досвід правового регулювання відносин у сфері франчайзингу. *Часопис цивільстики*. 2012. Вип. 13. С. 90–94.
4. Мазуренко В. П. Розвиток франчайзингових відносин у міжнародному бізнесі. *Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. Серія 1: Економіка*. 2013. Вип. 3. С. 78–84.
5. Семененко І. М. Використання франчайзингу в діяльності промислових підприємств. *Бізнес Інформ*. 2012. № 7. С. 102–104.
6. Franchise Business Economic Outlook for 2017 / International Franchise Association Franchise Education and Research Foundation IHS Markit Economics. January 2017. URL: http://franchise.org/sites/default/files/Franchise_Business_Outlook_Jan_2017.pdf
7. Franchise Sector Expected to Outpace U.S. Economy-Wide Job Creation in 2018. According to New IFA Economic Outlook Survey / International Franchise Association Franchise Education and Research Foundation IHS Markit Economics. January 2018. URL: <https://www.franchise.org/franchise-sector-expected-to-outpace-us-economy-wide-job-creation-in-2018-according-to-new-ifa>

8. Maze J. IFA: Franchise Sector Expected to Grow in 2017. URL: <http://www.nrn.com/franchising/ifa-franchise-sector-expected-grow-36b-2017>

9. Top Markets Series: Franchising / International Trade Administration. 2016. URL: <https://www.trade.gov/topmarkets/franchising.asp>

REFERENCES

Danikov, O. V. "Franchaizynhovi vidnosyny: sut i problemy rozvytku" [Franchise relations: the essence and problems of development]. *Molod i rynek*, no. 11 (2012): 147-151.

Dmytryshyn, V. S. "Mizhnarodnyi dosvid pravovoho rehu-liuvannia vidnosyn u sferi franchaizynhu" [International experience of legal regulation of relations in the field of franchising]. *Chasopys tsyvilistyky*, no. 13 (2012): 90-94.

"Franchise Business Economic Outlook for 2017". International Franchise Association Franchise Education and Research Foundation IHS Markit Economics. January 2017. http://franchise.org/sites/default/files/Franchise_Business_Outlook_Jan_2017.pdf

"Franchise Sector Expected to Outpace U. S. Economy-Wide Job Creation in 2018. According to New IFA Economic

Outlook Survey". International Franchise Association Franchise Education and Research Foundation IHS Markit Economics. January 2018. <https://www.franchise.org/franchise-sector-expected-to-outpace-us-economy-wide-job-creation-in-2018-according-to-new-ifa>

Hryhorenko, T. M. "Klasyfikatsiia franchaizynhovykh mer-ezh u rozdribnii torhivli" [Classification of franchising networks in retail trade]. *Problemy ekonomiky*, no. 4 (2016): 114-119.

Maze, J. "IFA: Franchise Sector Expected to Grow in 2017". <http://www.nrn.com/franchising/ifa-franchise-sector-expected-grow-36b-2017>

Mazurenko, V. P. "Rozvytok franchaizynhovykh vidnosyn u mizhnarodnomu biznesi" [Development of franchising relations in international business]. *Naukovyi visnyk Chernihivskoho derzhavnogo instytutu ekonomiky i upravlinnia. Seriia 1 : Ekonomika*, no. 3 (2013): 78-84.

Semenenko, I. M. "Vykorystannia franchaizynhu v dialnosti promyslovykh pidpriemstv" [Use of franchising in the activities of industrial enterprises]. *Biznes Inform*, no. 7 (2012): 102-104.

"Top Markets Series: Franchising". International Trade Administration. 2016. <https://www.trade.gov/topmarkets/franchising.asp>