

ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 347.77:334.752

DOI: <https://doi.org/10.32782/easterneurope.29-6>

РОЗВИТОК ФРАНЧАЙЗИНГОВОГО МЕХАНІЗМУ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УКРАЇНІ

DEVELOPMENT OF FRANCHISE MECHANISM OF INTELLECTUAL PROPERTY COMMERCIALIZATION IN UKRAINE

Базилевич В.Д.

доктор економічних наук, професор,
член-кореспондент Національної академії наук України,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Жуковська К.Ю.

студентка,
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Bazylevych Viktor

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Zhukovska Kristina

Taras Shevchenko National University of Kyiv

У статті досліджено сутність та роль франчайзингу у комерціалізації результатів творчої інтелектуальної діяльності людини. Проаналізовано сутність інтелектуальної власності та особливості комерціалізації її об'єктів. Розглянуто історію виникнення франчайзингу. Здійснено розгорнутий аналіз економічного змісту франчайзингу та узагальнено основні підходи до визначення його сутності. Досліджено сучасний стан українського ринку франчайзингу. Обґрунтовано авторську модель взаємодії франчайзера та франчайзі на ринку інтелектуальної власності. Розглянуто особливості взаємодії франчайзера та франчайзі в Україні з урахуванням специфіки вітчизняного нормативно-правового поля. Визначено переваги організації бізнесу на умовах франчайзингу як важливого інструмента комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності. Наведено приклади сучасних найуспішніших українських франшиз та проаналізовано передумови успіху франчайзингових проєктів.

Ключові слова: франчайзинг, інтелектуальна власність, комерціалізація, товарний знак, договір франчайзингу, бренд.

В статье исследованы сущность и роль франчайзинга в коммерциализации результатов творческой интеллектуальной деятельности человека. Проанализированы сущность интеллектуальной собственности и особенности коммерциализации ее объектов. Рассмотрена история возникновения франчайзинга. Осуществлен развернутый анализ экономического содержания франчайзинга и обобщены основные подходы к определению его сущности. Исследовано современное состояние украинского рынка франчайзинга. Обоснована авторская модель взаимодействия франчайзера и франчайзи на рынке интеллектуальной собственности. Рассмотрены особенности взаимодействия франчайзера и франчайзи в Украине с учетом специфики отечественного нормативно-правового поля. Определены преимущества организации бизнеса на условиях франчайзинга как важного инструмента коммерциализации объектов интеллектуальной собственности. Приведены примеры современных успешных украинских франшиз и проанализированы предпосылки успеха франчайзинговых проектов.

Ключевые слова: франчайзинг, интеллектуальная собственность, коммерциализация, товарный знак, договор франчайзинга, бренд.

The main purpose of the study is to analyze nature, features and role of franchising in commercialization of intellectual property. Authors proved that franchising mechanism can lead to high returns from minimal risks and increase the

level of innovative development of national economy. Franchising investigated as a form of business organization that meets the needs of today's consumer markets. The nature and role of franchising in modern globalized marketplace are discovered. Peculiarities of commercialization of the results of creative intellectual activity are analyzed. The history of franchising is considered. Analysis of the economic nature of franchising and main approaches to its definition as an economic category are generalized. The current state of the Ukrainian franchising market is studied. Theoretical model of interaction between franchisor and franchisee in the intellectual property market is considered. Examples of the most successful modern Ukrainian franchises are considered. Advantages of franchising as an effective business model and mechanism of intellectual property commercialization are determined. In the context of the commercialization of intellectual property, franchising provides certain benefits for both parties to the franchise agreement and, at the same time, creates additional risks. By entering into a franchise relationship, the owner of intellectual property rights risks losing the business reputation and trust of consumers through the production and sale of low-quality products to the franchisee. Conducted analysis demonstrated that franchising market grew by 18% compared to the same period last year. At the same time, the Ukrainian franchise market remain quite diversified. Enterprises operate in various fields: catering, services, retail trade. Authors proved that in a post-industrial economy, intellectual property becomes a major factor of production, and intellectual property relations are developing rapidly. Under these conditions, franchising forms an effective mechanism for the commercialization of an intellectual product and creates the preconditions for increasing the competitiveness of economic entities in the conditions of post-industrial transformations.

Key words: franchising, intellectual property, commercialization, trademark, franchise agreement, brand.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку продуктивних сил та економічних відносин механізм франчайзингу, який використовується у комерціалізації інтелектуальної власності, перетворюється на головну стратегічну перевагу компанії. Підвищення волатильності ринкового середовища та зростання конкуренції змушують підприємства шукати шляхи зменшення ризиків, пов'язаних із виходом на нові регіональні ринки, що надає франчайзинговій бізнес-моделі додаткових переваг. Досвід тих країн, де механізм франчайзингу став розповсюдженим явищем, доводить, що його використання позитивно впливає на економіку. Потужний розвиток цього феномена обґрунтовує необхідність опанування теоретичних та аналізу практичних аспектів розвитку міжнародного та вітчизняного франчайзингу в контексті його взаємозв'язку з комерціалізацією інтелектуальної власності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На сучасному ринку інтелектуальної власності дослідженню особливостей генези франчайзингових відносин та їх впливу на економічний розвиток у країнах світу приділяється значна увага. У своїх працях дану проблематику вивчають такі вітчизняні науковці, як З.С. Варналій, Є.О. Кузьмін, А.М. Магомедова, О.П. Микитюк, А.В. Цират, та зарубіжні: Дж. Гамбіс, С. Шейн, М. Мельденсон та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Віддаючи належне внеску вищезазначених науковців у розроблення франчайзингової тематики, потрібно розуміти, що ринок франчайзингових послуг стрімко розвивається й окремі аспекти розвитку франчайзингових відносин залишаються недостатньо вивченими. Зокрема, додаткового аналізу потребує роль франчайзингового механізму у комерціалізації інтелектуальної власності.

Постановка завдання. Метою статті є визначення економічної сутності та особливостей

франчайзингу, а також його значення у стимулюванні комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності та їх упровадження у господарський обіг. Важливим складником дослідження є також аналіз особливостей розвитку франчайзингового бізнесу в Україні та за кордоном.

Виклад основного матеріалу дослідження. Категорією «власність» людство почало цікавитися ще в давні часи. До нашої ери перші кроки у пізнанні цієї категорії зробив Аристотель, що пов'язував власність із категорією влади. Із розвитком та активізацією нових форм життєдіяльності людини актуальними стали питання, які пов'язані з результатами розумової творчої праці. Поняття «інтелектуальна власність» набувало все більшої актуальності. Економічна категорія «інтелектуальна власність» набула значного поширення після реорганізації БІРПІ у Всесвітню організацію інтелектуальної власності (ВОІВ) у 1970 р., коли набрала чинності відповідна конвенція [1, с. 131].

Існує велика кількість підходів до трактування сутності інтелектуальної власності, проте, на думку більшості дослідників, найбільш прийнятним для розуміння феномену інтелектуальної власності є інституціональний підхід. На нашу думку, інтелектуальна власність може бути визначена як складна багатоаспектна економіко-правова категорія, яка постає як цінність (складник інтелектуального капіталу; актив, здатний приносити дохід), система (новітній інститут, що включає сукупність взаємодіючих економіко-правових елементів), процес (залучення продуктів інтелектуальної діяльності в господарський кругообіг, в якому здійснюється їх продуктивне споживання), результат (приріст доходу).

У сучасних ринкових умовах основними чинниками економічного зростання та високого рівня конкурентоспроможності підприємств постають ексклюзивна інформація, інноваційні процеси, інтелектуальні продукти, науковий потен-

ціал та інтелектуальна діяльність суспільства, які зумовили посилення ролі інтелектуальної власності у світі.

Інтелектуальна власність є ключовою проблемою у пошуках зростання, розвитку та розвитку конкурентоспроможності держави. Розширення загальноновизнаних знань є ключовим рушієм економічного розвитку і процвітання у XXI ст. На початку XXI ст. у розвинутих країнах Заходу сконцентровано понад 90% світового наукового потенціалу та контролюються 80% глобального ринку високих технологій, обсяг яких оцінюється у 2,5–3 трлн дол., що перевищує вартісну оцінку ринку сировинних та енергетичних ресурсів. Найбільш динамічно розвивається обмін патентами, ліцензіями, ноу-хау та промисловими зразками [2, с. 74].

Створення інноваційної продукції становить основу успішної діяльності підприємства. Надзвичайно важливо не лише створювати інновації, а й знаходити механізми, форми та методи їх комерціалізації для підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства і, як наслідок, отримання прибутку.

Використання інтелектуальної власності в сучасній ринковій економіці здійснюється на засадах її комерціалізації. Економічний сенс комерціалізації полягає у залученні результатів інтелектуальної діяльності в господарський обіг шляхом продажу виключних майнових прав інтелектуальної власності на договірній основі. Даний процес пов'язаний із передачею повних або частини прав власника на об'єкт інтелектуальної власності. При цьому реалізується принцип неподільності виключного права та об'єкта інтелектуальної власності: продаж виключного майнового права тягне за собою передачу відповідного об'єкта, вираженого у матеріальній формі. Комерціалізація об'єктів інтелектуаль-

ної власності є ключовим елементом складної системи сучасного науково-технологічного обміну та співробітництва суб'єктів ринкової економіки.

У контексті комерціалізації інтелектуальної власності саме франчайзинг здатен забезпечити власнику інтелектуального продукту значний за обсягом дохід за рахунок можливості одночасного надання у використання майнових прав інтелектуальної власності невизначеній кількості франчайзі. Окрім того, завдяки своїй специфіці франчайзинг дає змогу через коригування умов договору максимально захистити інтереси власника прав інтелектуальної власності і досягти оптимального співвідношення між ступенем ризику та потенційною доходністю комерціалізації інтелектуального активу.

Перша згадка про поняття «франчайзинг» датується 1933 р. Саме в Оксфордському словнику англійської мови franchising – це надані єпископам королівською короною в 1559 р. прав і свобод.

Сьогодні у науковій літературі та Інтернет-ресурсах можна знайти багато визначень поняття «франчайзинг». Таку диверсифікованість можна пояснити наявністю у франчайзингових відносинах характерних рис інших видів економічного співробітництва, а також складністю та багатогранністю цієї економічної категорії, яка є недостатньо науково дослідженою (табл. 1).

Принцип франчайзингової бізнес-системи полягає у тому, що праволоділець (франчайзер) володіє перевіреним на практиці бізнесом із певною торговельною маркою та укладає угоду з малими та середніми незалежними підприємствами (франчайзі) про надання їм виключного права на продаж її товарів чи послуг. Користувач (франчайзі) здійснює господарську діяльність

Таблиця 1

Підходи до трактування сутності франчайзингу

Джерело	Визначення
З.С. Варналій	Франчайзинг – це спосіб доставки продукції та послуг споживачеві, форма організації та здійснення підприємницької діяльності на підставі кооперації матеріальних та фінансових ресурсів і зусиль різних підприємств.
О.Є. Кузьмін	Франчайзинг – це особлива форма організації підприємницької діяльності, оскільки він є одним зі способів створення та функціонування підприємницьких структур.
Проект закону України «Про франчайзинг» від 21.12.2017 № 7430	Франчайзинг – це підприємницька діяльність, за якою на договірній основі одна сторона (праволоділець) зобов'язується іншій стороні (користувачеві) передати за винагороду комплекс виключних прав на використання (з обов'язковою поміткою «на умовах франчайзингу») знака для товарів і послуг, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і (або) спеціалізованого обладнання, комерційної інформації, що охороняється законом, а також інших передбачених договором об'єктів виключних прав.
Кодекс етики франчайзингу України	Франчайзинг – це система просування на ринку товарів і/або послуг та/або технологій, яка базується на тісному і тривалому співробітництві між юридично і фінансово незалежними одна від одної сторонами – франчайзером і франчайзі. У рамках цієї системи франчайзер передає франчайзі право на здійснення бізнесу згідно з концепцією франчайзера.

Джерело: складено авторами на основі [3, с. 173; 4; 5; 6, с. 88]

відповідно до договору франчайзингу, іншими словами, працює під його маркою як самостійний власник бізнесу. Саме ця особливість найбільше спонукає франчайзі вдосконалювати придбану франшизу.

Основна перевага франчайзингу криється у можливості максимізації доходу франчайзера за рахунок одночасного надання у використання комплексу майнових прав необмеженій кількості франчайзі, розширення масштабів діяльності та освоєння нових регіональних ринків із низькими ризиками, а також здобуття конкурентних переваг перед іншими учасниками ринку.

Можна з упевненістю сказати, що система франчайзингу бере свій початок у Сполучених Штатах Америки кінця XIX – початку XX ст. Першим франчайзером вважається Ісаак Мерріт Зінгер (Isaak Zinger) – засновник всесвітньо відомої компанії, що випускала швейне обладнання та займалася його обслуговуванням. У середині XIX ст. у США Зінгер заснував серійне виробництво швейного обладнання, що дало змогу знизити ціни на продукцію та підвищити її конкурентоспроможність. На жаль, організувати централізоване сервісне обслуговування і ремонт швейних машин виявилось економічно недоцільним, що створило передумови для переходу до нової франчайзингової моделі ведення бізнесу, яка передбачала надання незалежним компаніям права продавати й обслуговувати швейні машини на певній території. Перші франшизи, які продавав Зінгер, по своїй суті були дистриб'юторськими угодами з додатковими зобов'язаннями щодо сервісного обслуговування машин [7].

Franchise direct – американська компанія, яка надає послуги франчайзингу і щорічно публікує власний рейтинг Top 100 Global Franchises [8]. Декілька років поспіль рейтинг очолює американська компанія швидкого харчування *McDonald's* завдяки налагодженій маркетинговій стратегії та постійному впровадженню технічних інновацій (є можливість користуватися цифровим екраном меню, створили власний мобільний додаток). Ця мережа налічувала у 2020 р. понад 36 тис ресторанів по всьому світу. Саме франчайзинг забезпечив компанії *McDonald's* світовий успіх і дав змогу зайняти лідируючі позиції у світовому бізнесі. На другому місці в рейтингу знаходиться прямий конкурент *McDonald's* – *KFC*. На третьому місці опинилася франшиза швидкого харчування *Burger King*. У рейтингу під четвертим номером знаходиться мережа дрібних магазинів *7-Eleven*. За літо 2020 р. дана мережа значно масштабувалася і зараз налічує більше 71 тис точок у всьому світі. Замикає рейтинг п'яти найкращих франшиз мережа ресторанів *Domino's*.

У США частка компаній та підприємств, що працюють у сфері франчайзингу, за оцінками провідних експертів, створює близько 18,5 млн робочих місць, які дають близько

2,3 трлн дол. доходу у структурі національної економіки. Підприємства, що займаються франчайзингом, приносять дохід у національну економіку Китаю 48,56 млрд доларів із 950 тис робочих місць [9, с. 22]. В Австралії і Бразилії приріст франчайзингового бізнесу становить 10–15% на рік. Варто також зазначити, що тоді, коли традиційний бізнес і економіка європейських країн загалом зазнають стагнації, бізнес на основі франчайзингу зростає на 10% щорічно [10, с. 110].

Для України франчайзинг є різновидом нової форми ведення бізнесу, у процесі якого передається технологічний, управлінський, маркетинговий, збутовий досвід. Бурхливий розвиток франчайзингу в Україні припав на 2001 р., коли було створено Асоціацію франчайзингу України. Першочергова місія даної організації – відстоювати інтереси власників бізнесів та їхніх партнерів, які уклали франчайзингові договори на урядовому рівні надавати їм підтримку під час організації та просування на ринку.

Модель взаємодії франчайзера та франчайзі на ринку інтелектуальної власності заснована на трансфері майнових прав на використання об'єктів інтелектуальної власності: товарного знаку, комерційної таємниці, винаходу, корисної моделі, промислового зразку, ноу-хау тощо (рис. 1). Потрібно відзначити, що франчайзі зобов'язаний сплачувати франчайзеру винагороду за користування комплексом виключних прав на об'єкти інтелектуальної власності франчайзера, які він надав за договором франчайзингу. Така винагорода сплачується у вигляді *одноразового внеску* (паушального платіж), який здійснюється під час укладання договору франчайзингу, та періодичних відрахувань (роялті), що виплачуються за умовами договору впродовж усього терміну його дії. На нашу думку, секрет приголомшливого успіху франчайзингової системи полягає у наполегливій праці обох сторін та високій ефективності взаємодії між франчайзером та франчайзі, оскільки від цього залежить дотримання умов франчайзингового договору.

На українському ринку представлено як вітчизняні, так і приватні компанії, які надають послуги франчайзингу. Однією з найпрогресивніших вітчизняних компаній, на нашу думку, є *Franchise Group*, що активно сприяє поширенню культури ведення бізнесу за моделлю франчайзингу [11].

Варто відзначити, що зростаючий тренд на ринку франчайзингу в Україні спостерігається з 2017 р. (рис. 2).

Станом на кінець 2019 р. спостерігається зростання ринку франчайзингу на 18% щодо аналогічного періоду минулого року. При цьому український ринок франшиз є досить диверсифікованим. Підприємства працюють у різних сферах діяльності: громадському харчуванні, послугах, роздрібній торгівлі (табл. 2).

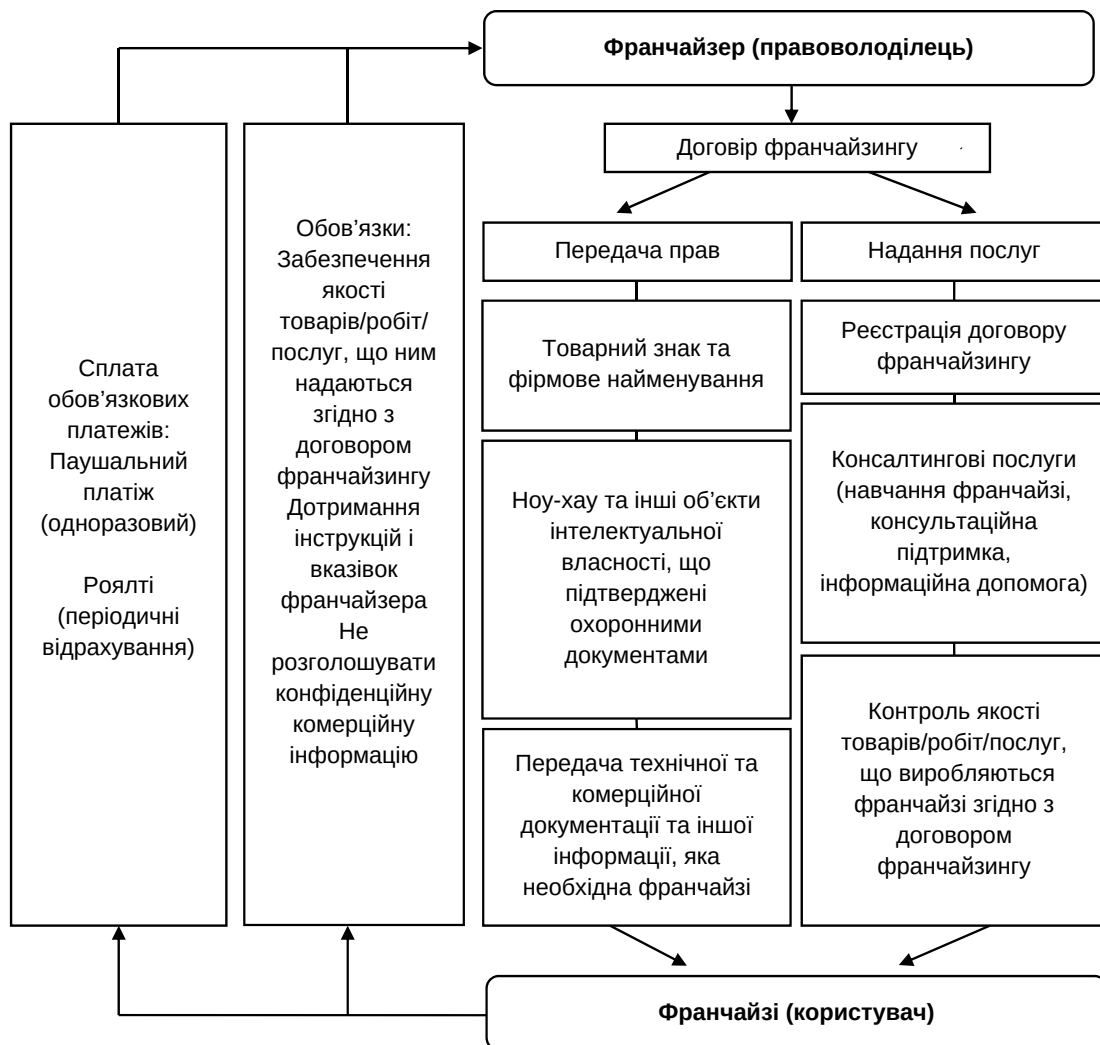


Рис. 1. Модель взаємодії франчайзера та франчайзі на ринку інтелектуальної власності

Джерело: розроблено авторами на основі [5]

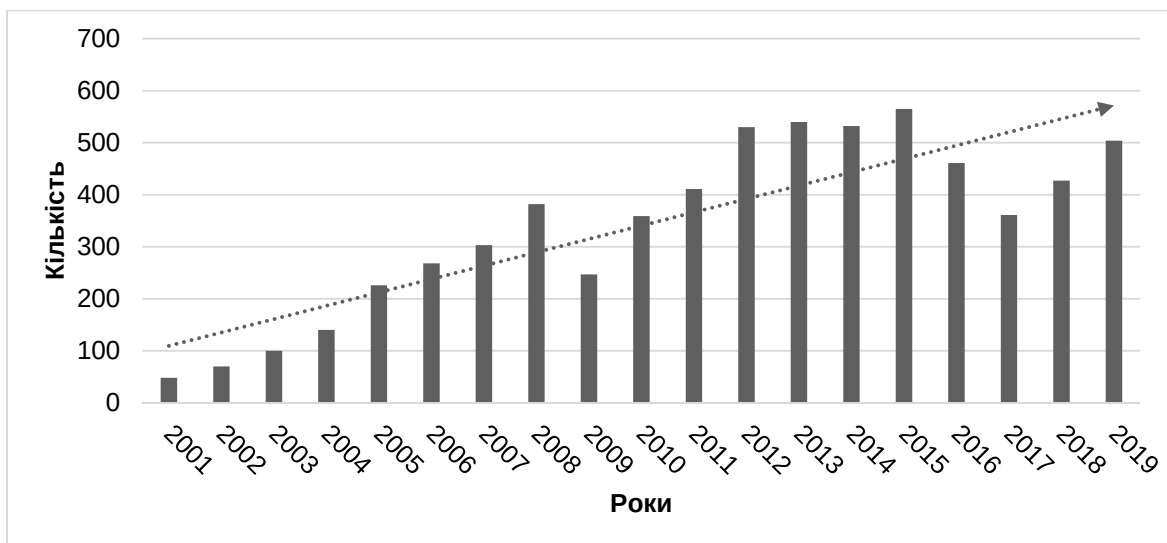


Рис. 2. Динаміка кількості франчайзерів в Україні

Джерело: складено авторами на основі [11]

Таблиця 2

Характеристика окремих українських франшиз

Назва	Сфера діяльності	Характеристика	Умови франшизи
Aroma Kava	Громадське харчування	Одна з найбільших мереж кав'ярень в Україні	Формати кав'ярень представлені у чотирьох розмірах: XS, S, M та L. Залежно від площі визначаються умови купівлі франшизи. Інвестиції – від 250 000 до 800 000 грн. Роялті – 2%.
Novus	Роздрібна торгівля	Велика мережа продуктових магазинів, яка працює з 2008 р.	Інвестиції – від 40 000\$ до 1 000 000\$. Обсяг роялті – 1%. Рекламні відрахування – 1%. Термін окупності – від півтора до двох років.
KIMS	Послуги	Одна з найбільших мереж хімчисток та пралень в Україні	Обсяг інвестицій – від 85 000€ до 300 000€. Вступний внесок – від 8 000€. Рекламні відрахування відсутні. Сума роялті визначається індивідуально

Джерело: складено авторами на основі [12]

Проаналізувавши таблицю, можемо побачити, що ціни на франшизи різні – від більш дорогих до дешевших. Ціна франшизи, без сумніву, впливає на рішення підприємця щодо започаткування бізнесу такого типу.

Активне поширення франчайзингу в Україні пов'язане з великою кількістю переваг даної моделі ведення бізнесу як для франчайзера, так і для франчайзі. Франчайзер отримує можливість пришвидшеного процесу масштабування свого бізнесу, його розгалуження, охоплення великої кількості клієнтів не тільки без капіталовкладень, а навпаки, з отриманням доходу. А франчайзі отримує можливість відкрити власний бізнес незалежно від наявності чи відсутності підприємницьких здібностей. Франчайзинг також має переваги і для споживачів, які отримують конкурентоздатний товар або послугу за найнижчою ціною та найвищою якості.

Висновки. Проведений аналіз засвідчив, що в умовах постіндустріальної економіки інтенсивного розвитку набувають відносини інтелектуальної власності, і саме франчайзинг формує ефективний механізм комерціалізації інтелектуального продукту, що є результатом творчої інтелектуальної діяльності людини. Франчайзингова модель організації бізнесу дає змогу на договірній основі і за винагороду передавати право на використання об'єктів інтелектуальної власності від франчайзера до франчайзі. На наше переконання, франчайзинг є перспективною моделлю ведення бізнесу, яка стимулює комерціалізацію інтелектуальної власності та створює передумови для економічного зростання.

У контексті комерціалізації інтелектуальної власності франчайзинг забезпечує певні переваги для обох сторін франчайзингового договору і водночас створює додаткові ризики. Вступаючи у франчайзингові відносини, влас-

ник майнових прав на об'єкти інтелектуальної власності ризикує втратити ділову репутацію та довіру споживачів через виробництво та реалізацію франчайзі низькоякісної продукції. Також виникає загроза появи на ринку нового потенційного конкурента після завершення терміну дії франчайзингової угоди. Водночас франчайзі ризикує сплачувати занадто велику частину свого доходу на франчайзингові платежі. Суттєвими недоліками для франчайзі є неможливість самостійного управління бізнесом та обмеження ініціативності.

Поряд із цим франчайзингова модель бізнесу надає суб'єктам господарської діяльності значні переваги. Головна перевага для правовласника – можливість масштабування бізнесу та максимізувати прибуток унаслідок надання у використання комплексу майнових прав необмеженої кількості франчайзі. Франчайзингові відносини є особливо вигідними для франчайзі з погляду мінімізації ризику та зменшення витрат на просування за рахунок використання перевіреної на практиці успішної бізнес-моделі. Також франчайзі надається доступ до нових технологій, ексклюзивних знань та досвіду франчайзера у сфері організації бізнес-процесів на підприємстві.

Нині український франчайзинговий ринок відстає від міжнародного за рівнем розвитку, проте результати нашого дослідження демонструють, що сфера франчайзингу в Україні поступово переходить на новий рівень організації. Завдяки цьому проблема наукового аналізу ролі франчайзингу в комерціалізації інтелектуальної власності продовжує зберігати неабияку актуальність. Подальші дослідження мають бути спрямовані на уточнення й обґрунтування конкретних умов франчайзингового договору, а також на розроблення стратегії впровадження франчайзингових бізнес-моделей на підприємствах України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Базилевич В.Д. Інтелектуальна власність. Київ : Знання, 2014. 671 с.
2. Економіка інтелектуальної власності : науково-методичні матеріали / за ред. Л.С. Шевченко. Харків : Право, 2015. 120 с.

3. Варналії З.С. Основи підприємництва. Київ : Знання, 2002. 239 с.
4. Кодекс етики франчайзингу України. URL: <http://fdf.org.ua/about-franchise/kodeks-etiki-franchajzingu> (дата звернення: 12.01.2021).
5. Проект закону України «Про франчайзинг», станом на 21 грудня 2017 р. URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH5QE00A.html (дата звернення: 27.12.2020).
6. Франчайзинг : навчальний посібник / Є.О. Кузьмін та ін. Київ : Знання, 2018. 546 с.
7. Історія франчайзингу. *Franchise Capital*. URL: <https://franchise-capital.com/istoriya-franchajzingu/> (дата звернення: 28.12.2020).
8. Top 100 Franchises Report 2021: Overview. Franchise Direct. URL: <https://www.franchisedirect.com/top100globalfranchises/rankings> (дата звернення: 23.01.2021).
9. Milovanov P. Optimization of the mechanisms of the modern franchise system based on the modification of methods of economic development. *Economics Journal*. 2020. Vol. 2. P. 21–30. DOI: <http://dx.doi.org/issn.2711-2454/2020.2.3>.
10. Микитюк О.П. Особливості девелоперських послуг на ринку франчайзингу України. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 27. С. 108–114.
11. Офіційний вебсайт української консалтингової компанії Franchise Group. URL: <https://franchisegroup.com.ua> (дата звернення: 10.01.2021).
12. Франчайзинг и лучшие франшизы в Украине в 2021 году по версии InVenture. URL: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/luchshie-franshizy-v-ukraine-v-2019-po-versii-inventure> (дата звернення: 12.01.2021).

REFERENCES:

1. Bazylevych V.D. (2014) *Intelektualjna vlasnistj* [Intellectual property]. Kyiv: Znannja. (in Ukrainian)
2. Shevchenko L.S. (2015) *Ekonomika intelektualnoji vlasnosti : naukovo-metodychni materialy dlja pidghotovky doktorantiv, aspirantiv i maghistriv za naprjamom «Intelektualjna vlasnistj»* [Economics of intellectual property: scientific and methodological materials for the preparation of doctoral students, graduate students and masters in the field of Intellectual Property]. Kharkiv: Pravo. (in Ukrainian)
3. Varnalij Z.S. (2002) *Osnovy pidpryjemnyctva* [Fundamentals of entrepreneurship]. Kyiv: Znannja. (in Ukrainian)
4. Кодекс етики франчайзингу України. Available at: <http://fdf.org.ua/about-franchise/kodeks-etiki-franchajzingu> (accessed 12 January 2021).
5. Proekt zakonu Ukrainy «Pro franchajzyngh»: Za stanom na 21 ghrudnja 2017 roku. Available at: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/JH5QE00A.html (accessed 27 December 2020).
6. Kuzjmin Je.O. (2018) *Franchajzyngh* [Franchising]. Kyiv: Znannja. (in Ukrainian)
7. Istorija franchajzynghu. *Franchise Capital*. Available at: <https://franchise-capital.com/istoriya-franchajzingu/> (accessed 28 December 2020).
8. Top 100 Franchises Report 2021: Overview. Franchise Direct. Available at: <https://www.franchisedirect.com/top100globalfranchises/rankings> (accessed 23 January 2021).
9. Milovanov P. Optimization of the mechanisms of the modern franchise system based on the modification of methods of economic development. *Economics Journal*. 2020. Vol. 2. P. 21 – 30. DOI: <http://dx.doi.org/issn.2711-2454/2020.2.3>.
10. Mykutyjuk O.P. (2019) *Osoblyvosti developerskykh poslugh na rynku franchajzynghu Ukrainy* [Features of development services in the franchising market of Ukraine]. *Market infrastructure*, no. 27, pp. 108–114.
11. Oficijnyj vebсайт ukrajinskoji konsaltinghovoji kompaniji Franchise Group. Available at: <https://franchisegroup.com.ua/> (accessed 10 January 2021).
12. Franchajzing i luchshie franshizy v Ukraine v 2021 godu po versii InVenture. Available at: <https://inventure.com.ua/analytics/articles/luchshie-franshizy-v-ukraine-v-2019-po-versii-inventure> (accessed 12 January 2021).