



# **НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ**

**Колективна монографія**

**Полтава  
2020**



УДК 339.9:330.3

Рекомендовано до друку вченою радою  
Центру фінансово-економічних наукових досліджень  
(Протокол № 32 від 10.06.2020 р.)

**Рецензенти:**

**В. В. Гончаренко** – доктор економічних наук, професор, професор кафедри міжнародної економіки та міжнародних економічних відносин Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі».

**В. П. Дубіщев** – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економічної теорії та економічної кібернетики Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка».

**Національна економічна діяльність і міжнародні економічні відносини: сучасний стан та тенденції розвитку** : колективна монографія / Кол. авторів. Полтава: ПП «Астрая», 2020. 251 с.

У колективній монографії викладено особливості розвитку регіонів та галузей національної економіки України. Здійснено оцінку сучасного стану розвитку національної економіки України. Визначено концептуальні засади інтеграції національної економіки України в міжнародну економіку. Викладено сучасні аспекти міжнародних валютно-фінансових відносин. Досліджено міжнародний ринок праці та рівень життя населення. Досліджено теоретичні та практичні аспекти розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств. Викладено сучасні аспекти економічної безпеки в умовах міжнародного співробітництва.

**Jel F00, F01, F02, F14, F15, F16, F21, F22, F31, F33, F36, F52, F53, F63**

**National economic activity and international economic relations: current state and development trends** / Collective of authors. Poltava: PC «Astraya», 2020. 251 p.

The collective monograph sets out the features of the development of regions and branches of Ukraine's national economy. The assessment of the current state of development of the national economy of Ukraine is carried out. The conceptual foundations of the integration of Ukraine's national economy into the international economy have been determined. The modern aspects of international monetary and financial relations are stated. The international labor market and the standard of living of the population have been investigated. The theoretical and practical aspects of the development of the foreign economic activity of enterprises are investigated. The modern aspects of economic security in the context of international cooperation are outlined.

ISBN 978-617-7669-88-2



© Колектив авторів, 2020

© Центр фінансово-економічних наукових досліджень, 2020

Офіційний сайт: <http://www.economics.in.ua>

---

**ЗМІСТ**

<b>УМОВНІ ПОЗНАЧЕННЯ</b> .....	5
<b>ПЕРЕДМОВА</b> .....	6

---

**РОЗДІЛ 1. ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

---

1.1. Теоретичні основи територіально-виробничого системоутворення в національній економіці (Гладкий О. В.).....	8
1.2. Система понять, яка формує теоретичну основу досліджень конкурентоспроможності (Познякова О. О.).....	12
1.3. Державне регулювання інвестиційної діяльності на регіональному рівні в Україні (Ярошевич Н. Б., Якимів А. І., Чубка О. М.).....	17
1.4. Сучасні тенденції формування та використання людського капіталу (Кузнєцова Л. І.)....	27
1.5. Аспекти вторинної переробки залізовмісних відходів металургійного виробництва (Драчук Ю. З.) .....	32
1.6. Інституціональні особливості розвитку житлової іпотеки в Україні (Щетинін А. І., Ульянова Л. П., Чайка Ю. М.) .....	37

---

**РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ РЕГІОНІВ ТА ГАЛУЗЕЙ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

---

2.1. Особливості обліку витрат на ремонт основних засобів аграрних підприємств та відображення їх в обліковій політиці (Бірюк О. Г.) .....	46
2.2. Аналіз впливу результатів реформи фінансової децентралізації на фінансову незалежність місцевих бюджетів (на прикладі обласного бюджету Чернівецької області) (Лисенко Ж. П., Грубляк О. М.) .....	51
2.3. Інновації та розбудова галузі фінтех в Україні (Демчишак Н. Б., Андрушко Л. Ю.) .....	56
2.4. Фінансова підсистема управління стратегічним розвитком підприємства готельного господарства (Завідна Л. Д.) .....	64
2.5. Принципи і методи пріоритизації розвитку територіальних громад в умовах зміцнення соціального капіталу (Заяць Т. А., Звонарь В. П., Краєвська Г. О.).....	75
2.6. Поведінкові моделі підприємств нової економіки (Капінус Л. В., Ніколаєнко І. В.).....	80
2.7. Портова галузь в Україні: тенденції та перспективи розвитку (Мезіна Л. В.).....	85
2.8. Економічна доцільність енергореконструкції будівель історичної забудови Одеси (Постернак І. М., Постернак С. О.) .....	90
2.9. Вплив транснаціоналізації міжнародного ринку туристичних послуг на розвиток туристичної сфери України (Скарга О. О.) .....	94
2.10. Франчайзинг як інструмент розвитку ресторанного бізнесу: міжнародний досвід та національні особливості (Ставерська Т. О., Козуб В. А.) .....	101

---

**РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ**

---

3.1. Зовнішньоекономічна діяльність суб'єктів агробізнесу в контексті інтеграції України до внутрішнього ринку ЄС (Варченко О. М., Крисанов Д. Ф.).....	108
3.2. Теоретичні підходи до трактування сутності ризиків підприємств, які здійснюють міжнародну діяльність (Сітак І. Л., Івахненко А. В.).....	118

Одночасно включення вітчизняного туристичного ринку до процесів транснаціоналізації міжнародного ринку туристичних послуг є неминучим, що призведе до значної конкуренції на туристичних ринках країн, підвищення якості послуг, розширення їх асортименту, зниження цін на послуги, та вимагатиме удосконалення регулювання включення країни до міжнародного ринку туристичних послуг.

### **2.10. Франчайзинг як інструмент розвитку ресторанного бізнесу: міжнародний досвід та національні особливості**

© Ставерська Т. О.

*канд. екон. наук, доцент,*

*Харківський державний університет харчування та торгівлі, м. Харків, Україна*

© Козуб В. А.

*канд. екон. наук, доцент,*

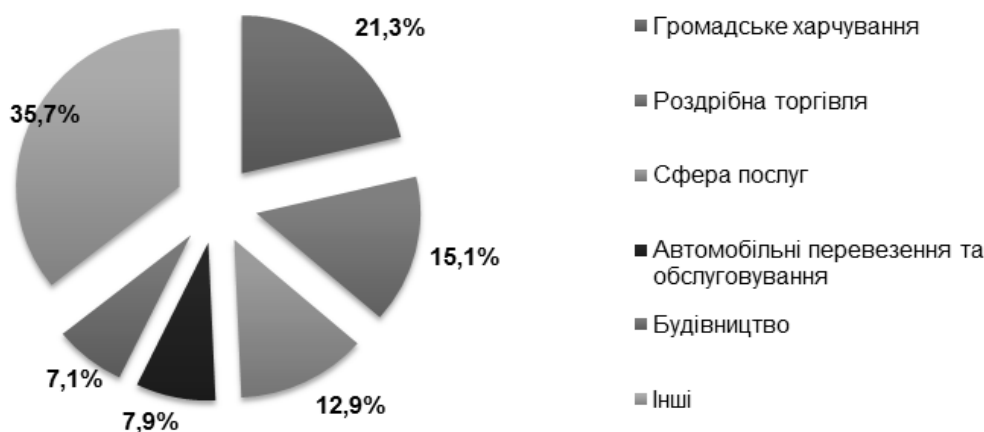
*Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця, м. Харків, Україна*

Інтеграція України у світовий бізнес-простір в умовах зростання турбулентності ринкового середовища, соціально-політичної нестабільності та глобалізації фінансової кризи зумовлює необхідність удосконалення якісних параметрів розвитку вітчизняного ресторанного господарства.

Привабливість франчайзингу пояснюється його активним розвитком у світовій економіці, комплексним характером відносин, достатньо високим рівнем їх прозорості, а також перевагами взаємовигідних системних зв'язків, що забезпечують ефективний розподіл капіталовкладень, дозволяють створити широку систему збуту товарів і послуг, посилити конкурентні переваги учасників мережі по відношенню до інших учасникам аналогічного ринку, забезпечити можливість більш швидкого виходу на ринок з мінімальним ризиком. Отже, франчайзинг дає великі шанси на успіх, і тим самим стає все більш популярним способом організації бізнесу в усьому світі [13, с. 17].

Перші згадки франчайзингу датуються 1840 р., відколи німецький виробник пива Spaten почав продавати ліцензію на продаж пива під своїм брендом. Більш відомий бренд – машинки Zinger – почали франчайзинг з 1851 р. Виробник швидко розвився, але при це цьому ресурсів для масштабування не вистачало, тому компанія почала продавати право продажу своїх машинок. Далі з'являється виробничий франчайзинг, найвідомішими мережами якого є Pepsi Cola, Coca-Cola [4]. Сьогодні франчайзинг набув широкого поширення по всьому світу, що підтверджується позитивними тенденціями в різних країнах. Зокрема, у цей час у США франчайзинг займає у бізнесі 80 % підприємств, у т.ч. малому бізнесі – 60 % загальної кількості підприємств; взагалі працює більше ніж 2000 франчайзингових систем, а річний обсяг продажів у системі франчайзингу перевищує 1 трл. дол. США. Кількість франчайзингових підприємств перевищує 800 тис., 45 % загального товарообігу припадає на долю франчайзингових послуг. Кількість франчайзерів та, відповідно, франчайзингових мереж зростає достатньо високими темпами [5, с. 139]. За даними International Franchise Association [2], на початку XXI ст. нараховувалось близько 16,5 тис. франчайзерів та більше ніж 1,2 млн франчайзі. Визнаними лідерами за розвитком франчайзингу є США (більше ніж 2000 франчайзерів), Канада (1200), Південна Корея (1000), Бразилія (1000), Японія (1000).

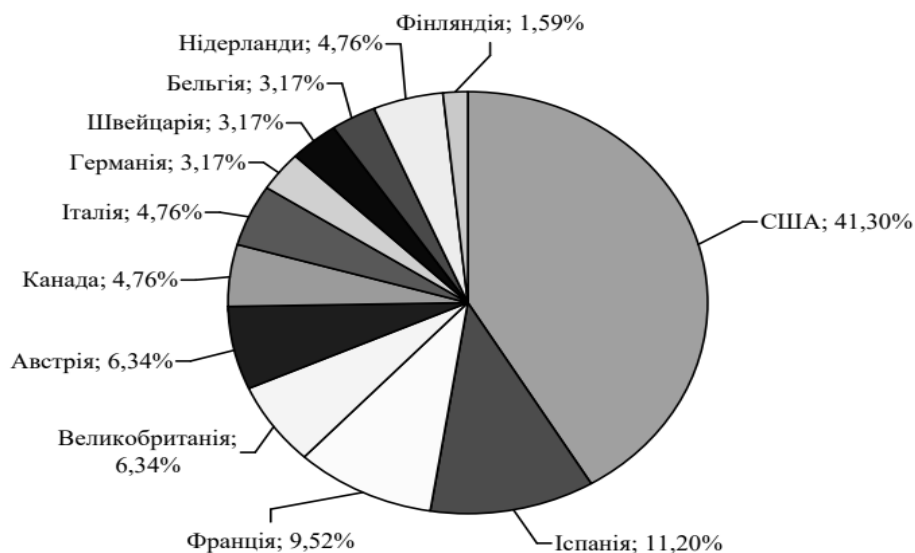
Будь-який вид бізнесу можна перетворити у франшизу – Міжнародна Асоціація Франчайзингу виділяє 70 галузей господарства, у яких можна використовувати методи франчайзингу, серед яких: авторемонт, книгарні, торгівля, навчання, будівництво, невеликі продовольчі магазини, магазини косметичних товарів, освіта, послуги по працевлаштуванню, ресторани, готелі, пральні і послуги по збиранню, приватні поштові скриньки, фотостудії, ріелторські компанії, туризм та розваги, прокат спеціального устаткування тощо. За даними Franchise Group у світі близько 50 % всіх франчайзингових мереж працюють у сфері торгівлі та громадського харчування. Франчайзинг у світі найбільш поширений в таких сферах підприємницької діяльності (рис. 1).



**Рис. 1. Сегментація ринку франчайзингу в розрізі сегментів поширення, 2019 р.**

Джерело: [6]

Згідно каталогу Franchise Group, у 2019 р. серед 500 самих успішних мереж підприємств готельно-ресторанного бізнесу Європи, діючих на засадах договору франчайзингу, 12,4 % складають готельно-ресторанної сфери, з них 9,0 % – мережі ресторанного бізнесу. Серед самих успішних франчайзингових мереж готельно-ресторанного бізнесу Європи за результатами 2019 р. 42,0 % мереж мають американське походження (рис. 2). Згідно рейтингу німецької компанії Statista GmbH лідерами франчайзингових мереж Європи станом на липень 2019 р. також є мережі ресторанного бізнесу (80 % – американські компанії).



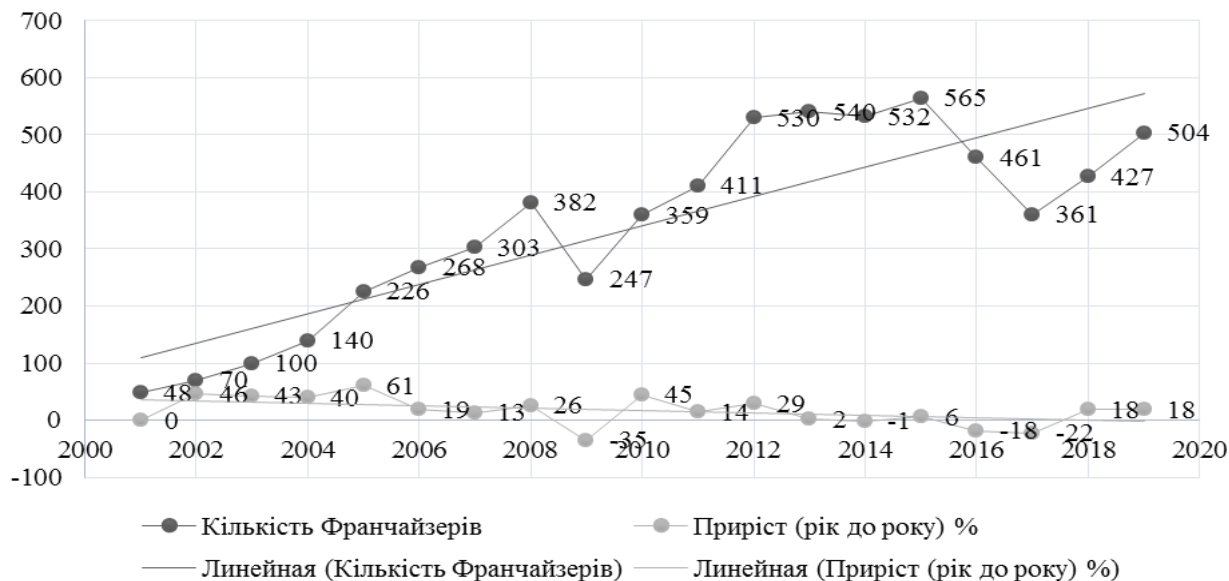
**Рис. 2. Географічна сегментація походження капіталу провідних франчайзингових мереж готельно-ресторанного бізнесу Європи за версією рейтингу Franchise Direct, 2019 р.**

Джерело: побудовано авторами за даними [1; 8, с. 96]

Франчайзинг на сучасному етапі виступає як найбільш швидкозростаюча форма організації бізнесу. Прикладом використання франчайзингової моделі може бути діяльність фірми «Макдональдс», яка є потужною транснаціональною компанією, що обслуговує на своїх 12 тис. підприємств у різних країнах світу сотні мільйонів клієнтів [12, с. 119]. Франчайзингова система «бізнес-формат» має домінуюче значення в економіці США. Достатньо відмітити, що на початок 1990-х рр. кількість підприємств, які працювали за «бізнес-форматом франчайзингу», збільшилась у два рази порівняно з 1982 р. (коли вони становили 42 % від усіх франчайзингових підприємств).

Статистика доводить, що франчайзинг став одним з найбільш ефективних інструментів розвитку та масштабування бізнесу. За даними Opportunity Bulletin – каталогу пропозицій по франчайзингу в США – впродовж кожних восьми годин у світі створюється нова франшизна точка, а на одного франчайзера доводиться в середньому 230 франшизних точок [8, с. 95].

Якщо в усьому світі франчайзинг вже давно став невід’ємним атрибутом економіки, то в Україні ця бізнес-технологія тільки починає знаходити своїх прихильників [6]. Активно розвивається внутрішній франчайзинг, характерною особливістю якого є синергія зарубіжних технологій франчайзингу із вітчизняними підходами до ведення бізнесу. З кожним роком все більше підприємців звертають свою увагу на франчайзингові проекти і вибирають франчайзинг як інструмент для початку або масштабування свого бізнесу (рис. 3).

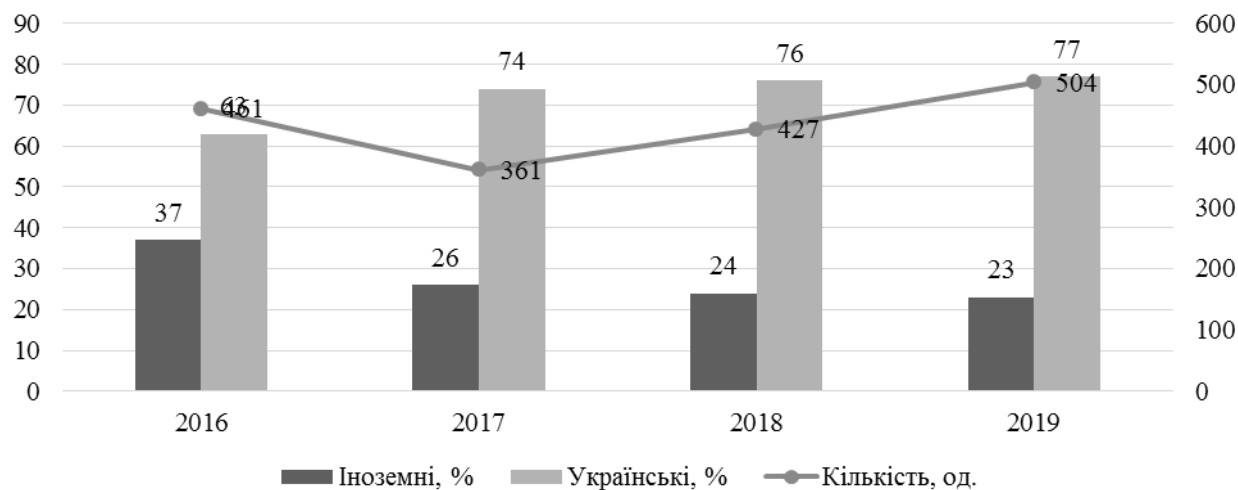


**Рис. 3. Динаміка розвитку франчайзингу в Україні, 2001 – 2019 рр.**

Джерело: побудовано авторами за даними [1; 6]

Згідно даних спостережень експертів Pro-consulting та Franchise Group [1; 6], кількість власних та франчайзингових об’єктів в Україні в розрізі галузей демонструє такі тенденції:

- значно збільшилася кількість франшиз серед послуг та ритейлу;
- активного розвитку набули послуги в сферах освіти, спорту та логістики;
- за рахунок формату «магазин біля дому» значно виріс продуктовий ритейл;
- франчайзинг в сфері громадського харчування вперше за останні роки продемонстрував спад в 2017 р. на 18 %, у 2018 – 2019 рр. ситуація дещо стабілізувалася;
- доля українських франшиз продовжує стабільно збільшуватись, що свідчить про розвиток саме українського франчайзингу (рис. 4);
- ринок активно розвивається в системному підході до формування франшиз, а компанії впроваджують франчайзинг як стратегію, цілеспрямовано розробляючи формати франшиз.



**Рис. 4. Сегментація франчайзингових брендів в Україні за походженням, 2016 – 2019 рр.**

Джерело: побудовано авторами за даними [1; 6]

Світовий досвід показує, що франчайзинг забезпечує стабільний розвиток підприємств практично в будь-якій із нині відомих галузей економіки, однак в Україні найбільшої популярності він здобув у сфері роздрібно́ї торгівлі, громадського харчування (ресторанного бізнесу) та сфері послуг (рис. 5).



**Рис. 5. Сегментація ринку франчайзингу України за галузями економіки, 2019 р.**

*Джерело: побудовано авторами за даними [3]*

За даними експертів Федерації розвитку франчайзингу, гостинності та інфраструктури України, в Україні спостерігається висока перспективність галузевого розвитку за системою франчайзингу: 27 галузей мають своїх інвесторів, але не мають достатньої кількості франчайзерів [9, с. 110]. Ринок українських франшиз представлений такими відомими брендами, як «Піца Челентано», «Франс.уа», «Мафія», «Арома Кава», «Львівські круасани», «Перша пекарня», «Наша Ряба», «Наш Край» тощо. Всього в Україні, за даними компанії «Франч», станом на 2018 р. зафіксовано 1186 франчайзингових пропозицій. Найбільша кількість франшиз – у сегменті роздрібно́ї торгівлі (423 франшизи), на другому місці – громадське харчування (210) та послуги для бізнесу (151), непогані показники також у сфері краси і здоров'я (75) і дитячих брендів (71 франшиза) [9, с. 110].

Позитивною рисою стала поява спеціалізованих компаній, які готують франшизи на продаж – займаються розробкою бізнес-планів, маркетингом, рекламують готовий продукт і т. і.

Стрімкий розвиток ринку франшизи обумовлено вагомими перевагами франчайзингу, зокрема:

- ефективною формою організації та ведення бізнесу;
- мінімізацією підприємницьких ризиків малого та середнього бізнесу;
- створенням сприятливих умов для скорочення термінів окупності інвестицій;
- наданням франчайзі франчайзингового пакету тощо.

Ці та інші особливості дозволяють визначити франшизу як повну бізнес-систему зі сталою бізнес-концепцією.

Із правової точки зору франчайзинг – це контрактна будова, в якій франчайзер надає незалежному від нього франчайзі ліцензію на використання його імені та торгових марок, а також на використання його системи управління бізнесом [12, с. 119]. Сам термін «франчайзинг» походить від французького слова «franchise» – привілей, пільга. Відповідно франчайзером називається організатор справи, власник бізнесу, а франчайзі – підприємство-інвестор, що використовує ім'я франчайзера на умовах договору комерційної концесії – франшизи.

Договір франчайзингу є самостійним інститутом договірного права, носить комплексний характер і включає елементи, характерні для договорів що різняться за метою, предметом і правовою конструкцією. Порівнюючи договір франчайзингу з ліцензійним договором можна дістатися висновку, що правове положення ліцензіара й ліцензіата схоже з правовим положенням франчайзера й франчайзі, але це стосується лише ліцензійної частини договору; за іншими елементами договору відносини між франчайзером і франчайзі значно ширше й різноманітніше. Деякі вчені вважають договір франчайзингу специфічним видом ваучінгу (поручительства) чи формою поручительства за допомогою довіри свого товарного знаку

інший фірмі [11]. Однак договір поручительства значно відрізняється від франчайзингу метою, предметом та змістом. Подібність спостерігається лише в частині відповідальності франчайзера перед споживачем за невідповідність якості товарів та послуг, де споживача можна розглядати як кредитора, а франчайзі – як боржника.

Франчайзингова угода передбачає навчання персоналу франчайзингового підприємства та технічну допомогу франчайзера. Франчайзі зобов'язаний вести свій бізнес відповідно до системи, що її розробив франчайзер, та проводити належні відрахування

Вагомий елемент договору франчайзингу стосується узгодження форм оплати, яку вносить підприємство-інвестор. У світовій практиці використовують форми оплати: паушальний платіж (вступний внесок); роялті (відрахування або різні фіксовані виплати); плата за маркетингові та інші послуги.

Паушальний (вступний) внесок є одноразовою фіксованою виплатою за надані права та надані послуги, який включає вартість франчайзингового пакету (комплекту проектних документів, повного набору інструкцій з управління підприємством, підвищення кваліфікації управлінської ланки, навчання обслуговуючого персоналу до відкриття підприємства, а також вартість періодичної підготовки персоналу обслуговування протягом усього часу дії договору).

Роялті (поточні відрахування) сплачуються франчайзеру на постійній основі на утримання франчайзингової системи, управління й обов'язкові послуги з його боку. У договорі обумовлюється методика розрахунку і порядок виплати роялті. У міжнародній практиці поточні платежі являють собою визначений відсоток від валового доходу або прибутку. У ресторанному бізнесі роялті в середньому становлять 7 % від валового доходу [14, с. 260].

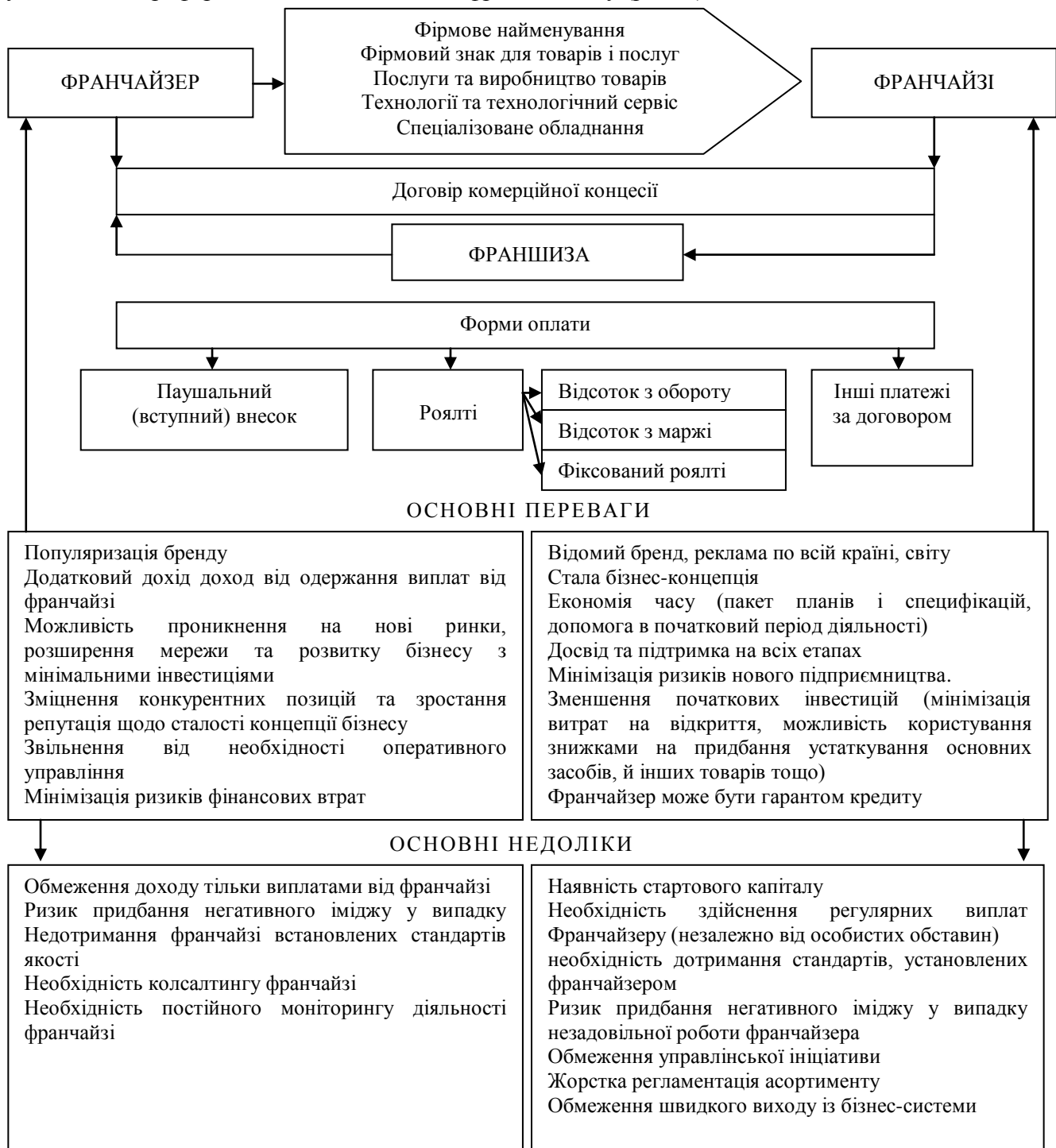
Більшість потенційних покупців в Україні орієнтуються на невеликі бюджети – 80 % розраховують інвестицію близько 20 тис. дол. США [7]. При такому бюджеті реально купити франшизу кафе або кав'ярні – франшиза мережі «Форнетті» складає 5,7 тис. дол. США, кав'ярні «Арома Кава» – 6,3 тис. дол. США, Bricks – 10,5 тис. дол. США, «Суші Wok» – 18,5 тис. дол. США, «Крила» – 17 тис. дол. США і т. д. Вартість ресторанних франшиз значно вище: мережа ресторанів «Мафія» пропонує свою франшизу за 450 тис. дол. США, «Волконський» – за 666,7 тис. євро, «Жовток» – за 320 тис. дол. США, «Шоколадниця» – за 217 тис. дол. США, «Львівська майстерня шоколаду» – за 80 тис. дол. США. Близько 1 млн. дол. США коштує франшиза великої світової мережі кав'ярень Starbucks, а найдорожчою позицією на вітчизняному ресторанному ринку є франшиза бельгійського хлібного ресторану Le Pain Quotidien, яка пропонується приблизно за 2,2 млн. дол. США. Втім, поки що ресторани цієї мережі в нашій країні ще не функціонують.

Але деякі франшизи (як правило, дорогі) не передбачають ні вступного внеску, ні наступних виплат. Наприклад, щоб відкрити пекарню-кондитерську «Волконський», потрібно вкласти від 666,7 тис. до 1 млн. євро, але при заявленому вступному внеску в 1 млн. євро відрахування відсутні, при цьому в компанії обіцяють окупність інвестицій за 15 – 50 місяців. В «Мафії» вступний внесок складає 25 тис. євро (очікуваний період окупності – 24 місяці), але регулярних відрахувань теж немає. Така ж схема в «Жовтку» – 20 – 30 тис. дол. США вступного внеску і повна відсутність роялті. «Арома Каві» доведеться заплатити вступний внесок в 50 тис. грн. при заявленому терміну окупності від 6 місяців та при нульовому роялті. У «Суші Wok» потрібно віддати 3,5 – 8,5 тис. дол. США вступного внеску (з франшизи за 18,5 тис. дол. США) та 2,5 % від місячної виручки в якості роялті. У FreshLine – 5 тис. дол. США, тобто до 10 % від вартості франшизи, потрібно віддати в якості вступного внеску та 4 % – роялті від щомісячної виручки.

Франчайзингова система як особливий метод ведення комерційної діяльності будується із самого початку таким чином, щоб франчайзер одержав вигоду від швидкого зростання при обмеженому ризику, а франчайзі – від того, що входить у перевірену комерційну систему, тобто одержав уже апробований та досягнутий успіх на ринку. Франчайзер зацікавлений у залученні в свою ринкову мережу нових членів. З цією метою він готує для зацікавлених осіб документи, найбільш важливим з яких є Стандартний пакет франчайзингової пропозиції (UFOC – Uniform Franchise Offering Circular), який надає потенційним франчайзі інформацію про франчайзера та характеристики його бізнесу [14, с. 260]. Умови, що обумовлюються в договорі франчайзингу, мають бути єдиними для всіх франчайзі, але при заключенні договору кожна сторона отримує свої переваги та недоліки.



Основні переваги й недоліки укладання договору франчайзингу систематизовано в узагальненій референтній моделі системи франчайзингу (рис. 6).



**Рис. 6. Узагальнена референтна модель системи франчайзингу**

*Джерело: авторська розробка*

Ми погоджуємося з думкою експертів з франчайзингу, що перспективи його розвитку надзвичайно сприятливі, у тому числі й для України. Серед основних позитивних тенденцій розвитку франчайзингу в Україні можна відзначити такі:

- зростання кількості українських франчайзингових систем, підвищення якості франшиз в Україні завдяки проведенню економічних та регуляторних реформ;
- найбільш затребуваними економічними сферами є послуги у сфері роздрібної торгівлі, громадського харчування та побутового обслуговування населення (тобто ресторани, вулична їжа, пекарні тощо);

– у розрізі сегментації запропонованих франшиз за походженням переважну долю утворюють українські компанії (77 %), які традиційно зорієнтовані на низький та середній цінові сегменти;

– ринок активно розвивається в системному підході до формування франшиз, а компанії впроваджують франчайзинг як стратегію, цілеспрямовано розробляючи формати франшиз.

Основними проблемами на шляху розвитку франчайзингових систем в Україні можна визначити:

– недосконалість нормативно-правового забезпечення відносин франчайзингу;

– брак знань про франчайзинг та відсутність у вітчизняних підприємців досвіду роботи в умовах франчайзингу;

– безвідповідальне ставлення до виконання договірних зобов'язань і до чужої інтелектуальної власності, недотримання умов укладених договорів концесії, погіршення якості товарів і послуг через порушення умов технології та стандартизації, і, як наслідок, сумнівна репутація деяких вітчизняних підприємців;

– обережність та недостатня поінформованість щодо перспектив ведення бізнесу в Україні обумовлює відносно невелику долю відомих світових брендів на ринку франчайзингу України;

– низький рівень розвитку банківського кредитування (високі процентні ставки, відсутність діючих програм лояльності кредитування);

Незважаючи на зазначені проблеми, франчайзинг набуває подальшого розвитку в Україні. Багатий світовий та початковий вітчизняний досвід застосування франчайзингу в ресторанному бізнесі переконливо довів його ефективність – франчайзинг є інструментом, що дозволяє підвищити ефективність ресторанного бізнесу, дає можливість об'єднати переваги малого та великого бізнесу, знизити підприємницькій ризик та вирішити низку економічних та організаційних проблем.

Отже, розвиток франчайзингу може виявитися однією з найбільш ефективних форм підтримки підприємництва, у тому числі й ресторанного бізнесу, що є одним із пріоритетних завдань України.

2. Голованова М. А., Каменева З. В., Яровой О. В. Конкурентоспособность Украины в мировой индустрии путешествий и туризма. *Вісник НТУ «ХПИ»*. 2016. № 24 (1196). С. 8 – 15.
3. Грабовенська С. П. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної галузі України. *Young Scientist*. 2016. № 8 (35). August, С. 15 – 18.
4. Державна служба статистики України: офіц. веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Лотиш О. Я. Стратегічні підходи до розвитку ринку туристичних послуг в Україні. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету*. 2017. Вип. 25 (1). С. 134 – 138.
6. Михайліченко Г. І. Світосистемні закономірності консолідації туристичного бізнесу в умовах інноваційного розвитку. *Інноваційна економіка*. 2013. № 3 (41). С. 24 – 32.
7. Осипенко К. В. Розвиток міжнародної конкурентоспроможності туристичних регіонів світу: монографія. Київ, 2017. 219 с.
8. Проноза П. В. Аналіз стану туристичної галузі в Україні. *Управління розвитком*. 2015. № 3 (181). С. 56 – 63.
9. UNWTO World Tourism Barometer. URL: <http://www.mkt.unwto.org/en/barometr>.
10. World Travel & Tourism Council. URL: <http://www.wttc.org>.

### Підрозділ 2.10.

1. 2019. Top 100. Franchises Report: Introduction and Overview. *Franchise Group*. URL: <https://www.franchisedirect.com/information/2019-top-100-franchises-report-introduction-and-overview>.
2. Franchising News & Events. *International Franchise Association*. URL: <http://www.franchise.org>.
3. Асоціація франчайзинга допоможе. *Асоціація франчайзингу України*. URL: <http://franchising.org.ua>.
4. Гайдут К. Как правильно масштабировать бизнес. *LABA. Образовательная платформа*. URL: <https://l-a-b-a.com/blog/745-kak-pravilno-masshtabirovat-biznes>.
5. Данько Н. І., Новікова В. П. Франчайзинг як ефективна форма управління в готельній індустрії. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер. «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм»*. 2016. Вип. 5. С. 138 – 141.
6. Дослідження ринку франчайзингових послуг в Україні. 2020 рік. *Pro-Consulting*. URL: <https://pro-consulting.ua/ua/issledovanie-gynka/issledovanie-gynka-franchajzingovyh-uslug-v-ukraine-2020-god>.
7. Коливанова М. Чи варто інвестувати в ресторани франшизи. *Мінфін*. URL: <https://minfin.com.ua/ua/2019/03/29/37159810>.
8. Кулак Н. В., Мурована Л. В. Франшиза як ефективний інструмент ведення готельно-ресторанного бізнесу. *Вісник КНУТД. Сер.: Економічні науки*. 2019. № 5 (139). С. 93 – 104.
9. Микитюк О. П., Бенівська К. М. Особливості девелоперських послуг на ринку франчайзингу України. *Інфраструктура ринку*. Вип. 27. 2019. С. 108 – 113.
10. Про франчайзинг. *Franchise Group*. URL: <https://franchisegroup.com.ua/about-company/franchising>.
11. Франчайзинг: поняття, види, форми. Договір франчайзингу. *Освіта.ua*. URL: <http://ru.osvita.ua/vnz/reports/law/9649>.
12. Чорій М. В. Ефективність франчайзингу як форми організації ресторанного бізнесу. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка». Сер. «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку»*. 2016. № 851. С. 118 – 127.
13. Шатайло О. А., Черномазюк А. Г. Франчайзинг у сфері готельно-ресторанного бізнесу. *Динамика та на сьвременнона наука-2014*: матеріали за X Междунар. науч. практ. конф. (Софія, 17 – 25 липня 2014 р.). Софія. 2014. Т. 2: Економіки. С. 17 – 20. URL: [https://tourlib.net/statti\\_ukr/shatajlo.htm](https://tourlib.net/statti_ukr/shatajlo.htm).
14. Яців І. Франчайзинг як напрям забезпечення міжнародних стандартів у готельному бізнесі України. *Управління соціально-економічним розвитком в умовах глобалізації*: зб. тез. доп. студ. наук.-практ. конф. [Івано-Франківськ, 31 берез. 2015 р.]. Івано-Франківськ. 2015. С. 258 – 263.

### Список використаних джерел до розділу 3.

#### Підрозділи 3.1.

1. Угода про Асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. *Офіційний вісник України*. 2014. № 75.
2. Крисанов Д. Ф. Інтеграція продовольчого комплексу України до внутрішнього ринку Європейського Союзу: процеси і проблеми. *Теорія, методологія і практика господарсько-фінансової діяльності підприємств*: колективна монографія / Кол. авторів. Полтава: ПП «Астроя», 2019. 254 с.
3. Зона вільної торгівлі. URL: <http://eu-ua.org/zona-vilnoi-torhivli>.
4. Валова продукція сільського господарства України (у постійних цінах 2010 р.). Статистичний збірник 1990 – 2010. К.: Держстат України, 2012. 48 с.
5. Огляд економічної активності (2019 рік). Виробництво харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів. С. 10. URL: [file:///D:/Users/7/admin/Downloads/Economic\\_activity\\_\\_overview\\_\(2019\).18.s.pdf](file:///D:/Users/7/admin/Downloads/Economic_activity__overview_(2019).18.s.pdf).
6. Продукція сільського господарства у постійних цінах 2010 року за 2019 рік (попередні дані). URL: [www.ukrstat.gov.ua > pro\\_sg > arch\\_pro\\_sg\\_p](http://www.ukrstat.gov.ua/pro_sg/arch_pro_sg_p).
7. Тваринництво України. Стат. збірник. Київ: Держстат України, 2019. 166 с.

**Наукове видання**

# **НАЦІОНАЛЬНА ЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ**

**Колективна монографія**

Надруковано у ПП «Астрая»  
Свідоцтво про державну реєстрацію  
серія ДК № 5599 від 19.09.2017 р.  
36014, м. Полтава, вул. Шведська, 20-Б, кв. 4  
Підписано до друку 15.06.2020 р.  
Формат 60x84/16. Папір офсетний. Гарнітура ШРИФТ.  
Друк різнографічний. Умовн. друк. арк. 21,28.  
Наклад 500 шт. Замовлення 2020-54

**Видавництво ПП «Астрая»**  
36014, м. Полтава, вул. Шведська, 20, кв. 4  
Тел.: +38 (0532) 509-167, 611-694  
E-mail: [astraya.pl.ua@gmail.com](mailto:astraya.pl.ua@gmail.com), веб-сайт: [astraya.pl.ua](http://astraya.pl.ua)  
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи ДК № 5599 від 19.09.2017 р.

**Друк ПП «Астрая»**  
36014, м. Полтава, вул. Шведська, 20, кв. 4  
Тел.: +38 (0532) 509-167, 611-694  
Дата державної реєстрації та номер запису в ЄДР  
14.12.1999 р. № 1 588 120 0000 010089