

УДК 339.544

**БЕРДИН АЛЕКСАНДР ЭДУАРДОВИЧ**

старший преподаватель кафедры «Экономика высокотехнологичных производств» ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения»,  
e-mail: berdin07@mail.ru

**БЕРДИНА МАРИНА ЮРЬЕВНА**

к.э.н., доцент кафедры «Международное предпринимательство» ФГБОУ ВПО «Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения»,  
e-mail: svitkova\_marina@mail.ru

DOI:10.26726/1812-7096-2020-03-97-106

### АМЕРИКАНСКАЯ МЕЧТА: ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ОБРАЗЕЦ УСПЕШНОГО БИЗНЕСА

**Аннотация.** *Цель работы.* Целью работы является исследование современного развития франчайзинга в американской экономике по ключевым направлениям бизнеса, а также по совокупному вкладу в ВВП США. *Метод или методология проведения работы.* Исследование основывается на общенаучной методологии, которая предусматривает применение системного подхода к решению проблем. Основой работы являются данные по уровню занятости, производительности франчайзинговых компаний, а также документы и сведения, подготовленные специализированными американскими организациями, контролирующими развитие франчайзинга в США. *Результаты.* Американская модель развития франчайзинга демонстрирует впечатляющие показатели своего успешного роста. Уровень занятости, количество как франчайзеров, так и франчайзи является самым большим в мире как в национальном масштабе, так и по числу франчайзинговых точек за рубежом. В Top-100 крупнейших франчайзинговых корпораций мира значительная часть приходится именно на американские компании, выручка которых составляет сотни миллиардов долларов. *Область применения результатов.* Результаты исследования могут быть использованы юридическими и физическими лицами, которые уже имеют собственное франчайзинговое предприятие в группе малого бизнеса или только собираются его создать, рассматривая американский франчайзинг как образцовую модель развития бизнеса, разработанную на протяжении десятилетий. *Выводы.* В экономике любого развитого государства есть различные отрасли и сферы бизнеса, эффективное и планомерное развитие которых как самими предпринимателями, так и с помощью государства способны вывести их на самый высокий уровень развития, способный стать образцом для многих зарубежных предпринимателей, что и подтверждает американская модель становления и развития франчайзинга.

**Ключевые слова:** франчайзинг в США, американская модель франчайзинга, рост франчайзинга в США, вклад франчайзинга в экономику США, законодательная база США по франчайзингу.

---

**BERDIN ALEXANDER EDUARDOVICH**

senior lecturer of the Department of Economics of high-tech industries,  
Saint Petersburg state University of aerospace instrumentation,  
e-mail: berdin07@mail.ru

**BERDINA MARINA YURYEVNA**

Ph. D. in Economics, associate Professor of the Department of International entrepreneurship, Saint Petersburg state University of aerospace instrumentation,  
e-mail: svitkova\_marina@mail.ru

## THE AMERICAN DREAM: FRANCHISING AS SAMPLE OF A SUCCESSFUL BUSINESS

**Abstract. Purpose of work.** The purpose of this work is to study the current development of franchising in the American economy in key business areas, as well as the total contribution to the US GDP. **Method or methodology of the work.** The research is based on a General scientific methodology that provides for a systematic approach to problem solving. The work is based on data on the level of employment, productivity of franchising companies, as well as documents and information prepared by specialized American organizations that control the development of franchising in the United States. **Results.** The American model of franchising development demonstrates impressive indicators of its successful growth. The level of employment, the number of both franchisors and franchisees is the largest in the world both on a national scale and in terms of the number of franchising points abroad. In the Top 100 largest franchising corporations in the world, a significant part is accounted for by American companies, whose revenue is hundreds of billions of dollars. **Scope of the results.** The results of the study can be used by legal entities and individuals who already have their own franchised enterprise in a small business group or are just going to create it, considering American franchising as an exemplary model of business development, developed over decades. **Conclusions.** In the economy of any developed state, there are various industries and business areas, the effective and systematic development of which, both by entrepreneurs themselves and with the help of the state, can bring them to the highest level of development, which can become a model for many foreign entrepreneurs, which is confirmed by the American model of the formation and development of franchising. **Keywords:** franchising in the USA, the American model of franchising, the growth of franchising in the USA, the contribution of franchising to the US economy, the us legal framework for franchising.

---

Франчайзинг для американской экономики – это не просто бизнес. Этот формат весьма активно развивается и двигает всю экономику США (рис. 1). Франчайзинговые предприятия удовлетворяют спрос на товары и услуги других предприятий и обеспечивают доход своим работникам и владельцам, который, в свою очередь, становится частью дохода в других сферах бизнеса. Таким образом, создается цикл, позволяющий увеличивать доход не только франчайзинговых компаний, но и других отраслей предпринимательства.

До недавнего времени большинство статей об истории франчайзинга в Соединенных Штатах начиналось с утверждения, что Альберт Зингер был первым коммерческим франчайзером в Соединенных Штатах [1].

В других статьях авторы «основателем» франчайзинга считают Марту Матильду Харпер, которая была в Рочестере, штат Нью-Йорк, пионером франчайзинга за разработку франчайзинговой системы Harper Method Shop. Титул первого франчайзера в Соединенных Штатах фактически предшествует всему периоду независимости США и принадлежит ... Бенджамину Франклину [2].

В то время как франчайзинг неуклонно развивался до второй мировой войны, настоящему взрывной рост произошел только после окончания войны. Франчайзинг стал мощной экономической силой в послевоенные 1950-е гг., воспользовавшись неудовлетворенным потребительским спросом, доступными франчайзи, идеями вернувшихся с войны ветеранов и капиталом, полученными за счет сепарационных платежей и закону о правах военнослужащих США (GI Bill).

Рост франчайзинга получил еще большее распространение за счет принятия в 1946 г. федерального закона Ленэма (о товарных знаках), который позволил собственникам имущества безопасно входить в лицензионные соглашения с третьими лицами, что необходимо для современного франчайзинга. Когда потенциальные предприниматели стали уверенными в возможности лицензировать свою интеллектуальную собственность, все больше и больше людей стали предлагать идеи и инвестировать в возможности франчайзинга [2].

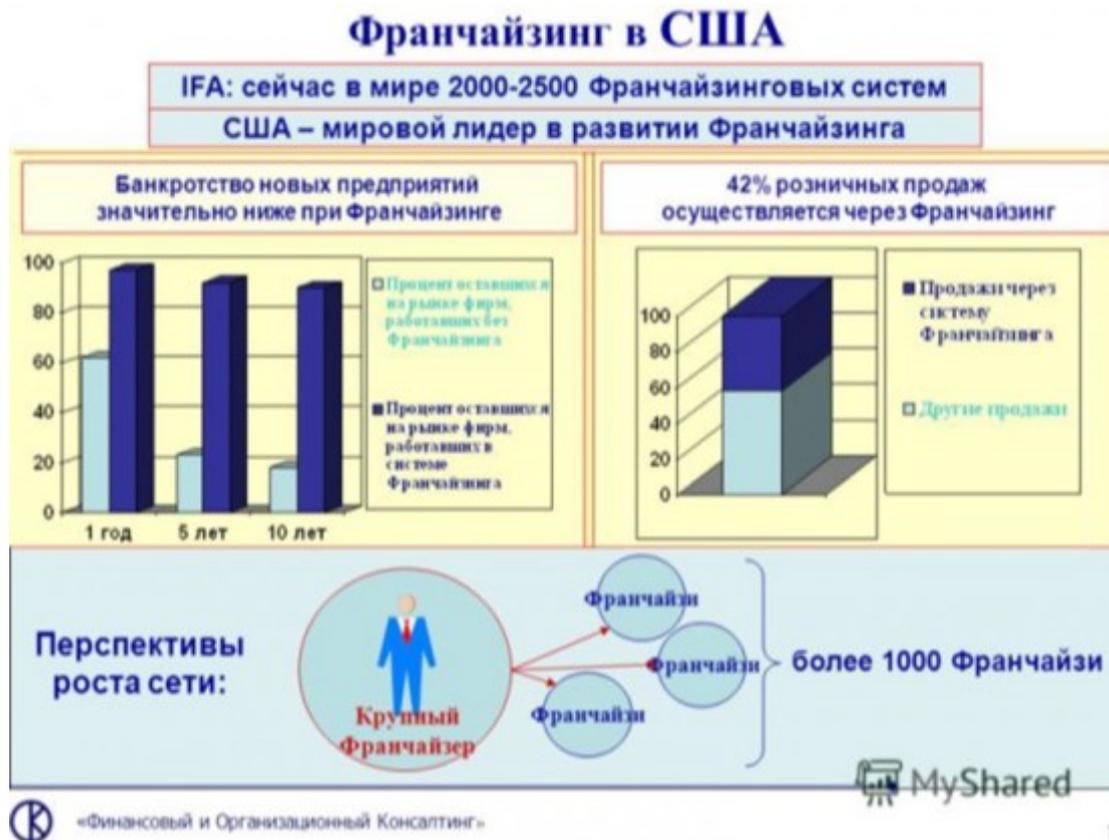


Рис.1. Модель развития франчайзингового бизнеса в США[3]

В настоящее время положение дел в американском франчайзинге можно даже подвести под термин «американская мечта» (americandream) [8]. Сложившаяся десятилетиями деловая практика и законодательная база по франчайзингу позволяют не только для своих предпринимателей, но и для иностранных компаний рассматривать американскую модель как образец.

В 2019 г. в США насчитывалось 773 603 франчайзинговых точек. Франчайзинговая индустрия наиболее известна своим сектором быстрого питания. Так, 30 процентов из тех, кто заинтересован в открытии франчайзингового бизнеса в США, указали, что они больше всего заинтересованы в открытии франшизы быстрого обслуживания. В 2019 г. объем производства франчайзинговых предприятий в США составил около 787,5 млрд долл. Во всей американской франчайзинговой индустрии работает около 8,43 млн человек [9].

Вклад франчайзинга в американский ВВП, согласно прогнозам, в 2020 г. вырастет на 4,6%, и это больше, чем прогнозируемый МВФ номинальный рост ВВП США (4,1% на 2020 г.), в то время как вклад отрасли в общий номинальный ВВП США будет оставаться стабильным в 2020 г. – 3%, что составляет 494,96 млрд долл. (рис. 2).

Прогнозируется, что большинство франчайзинговых компаний будут поддерживать устойчивый рост в 2020 г., особенно в сегментах персональных услуг, ресторанов быстрого обслуживания и ресторанов с полным спектром услуг, несмотря на замедление роста экономики США в целом.

#### Сектор персональных услуг

За последние годы в этом секторе произошел серьезный скачок, благодаря которому он занял первое место как по числу франчайзинговых заведений, так и по росту занятости и третье место по росту выпуска продукции франшизами в 2020 г. Расширение сектора тесно связано с ростом потребительских расходов и располагаемого дохода, и в основном за счет брендов, предлагающих услуги в области здравоохранения и фитнеса, ухода за детьми и косметические услуги (Orange theory Fitness, Anytime Fitness, Planet Fitness, European Wax Center, Joint Chiropractic and Great Clips).

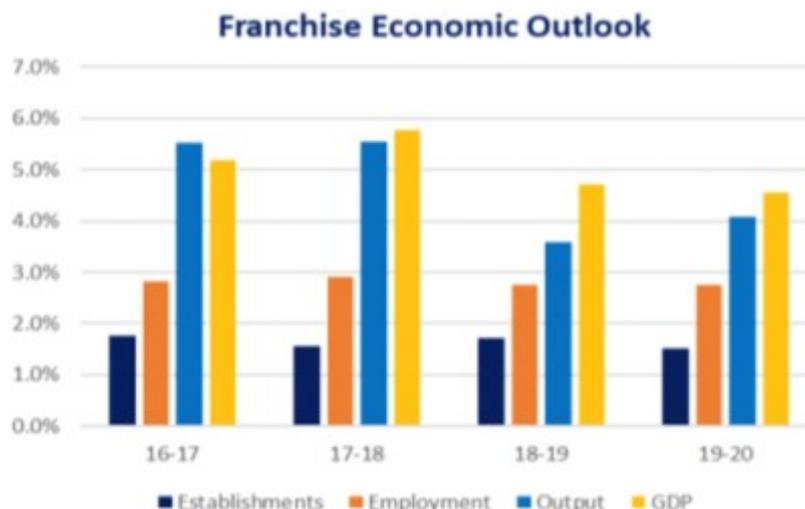


Рис. 2. Динамика роста франчайзинга в США по ключевым макроэкономическим показателям [7]

### Продуктовый сектор

Ожидается, что связанные с продуктами питания франшизы продолжают опережать общую экономику в 2020 г/, особенно в секторе ресторанов быстрого обслуживания. Этот сектор создаст значительно больший экономический результат, в то время как сектор ресторанов с полным обслуживанием займет второе место среди всех восьми бизнес-линий в части открытия франшиз, создания рабочих мест и роста производства. В обоих секторах, вероятно, будет наблюдаться рост продаж за счет внешних возможностей, внедрения технологий и более здоровых вариантов меню в зависимости от меняющихся потребительских предпочтений.

Франчайзинговый бизнес продвигает американскую экономику не только на национальном уровне, но и на государственном уровне. Благоприятная для бизнеса среда важна для всех штатов Америки, чтобы поддерживать и привлекать франчайзинговую деятельность, которая способствует росту занятости, объема производства и ВВП.

Однако, несмотря на поистине глобальные масштабы франчайзинга в США, только 16% американских франчайзеров оперируют сетью более чем из 100 точек, причем 4% таких компаний смогли расшириться до 500 и более единиц [13].

Статистика показывает, что почти половина франчайзи в США (46,2%) владеют только одной точкой. Среди «мультиобъектных» франчайзи большинство открыли от двух до девяти точек – таких 30%. Почти 10% бизнесменов имеют от 10 до 24 франчайзинговых точек, 8,6% – от 25 до 99 точек [13]. Франчайзи, владеющих сетью из 100 и более единиц – только 5,3% от общего количества владельцев франшиз. Таким образом, практически каждый четвертый франчайзи в США владеет более чем 10 точками.

Показатель повторных открытий считается важным при оценке качества франшизы. По этой логике франчайзи открывает вторую, третью точку, если бизнес-модель оказалась эффективной. Это не исключает и того, что в некоторых случаях франчайзи просто обязаны открывать новые точки по условиям договора с правообладателем – например, чтобы сохранить эксклюзив на территорию (город или область).

По подсчетам аналитиков 50% франшиз представлены не более чем в 10 штатах США, еще 34% вышли на региональные рынки 11–34 штатов.

Самыми преуспевающими штатами в структуре американского франчайзинга по показателям динамики роста и занятости являются: Техас, Колорадо, Арканзас, Флорида, Айдахо, Теннесси, Джорджия, Каролина, Невада.

Рост населения и поддержка бизнеса будут способствовать тому, что в Техасе, Колорадо, Флориде и Северной Каролине, согласно прогнозам, будет наблюдаться рост числа франчайзинговых предприятий, занятости и объема производства. Экономическая политика на государственном уровне приведет к более быстрому открытию франчайзинговых точек и росту

рабочих мест в Теннесси, Южной Каролине и Джорджии. Благоприятный налоговый климат в Неваде, растущая индустрия жилья в Арканзасе, быстро развивающийся технологический сектор Айдахо и низкая стоимость жизни – все это приводит к включению этих штатов в первую десятку. В целом, государства на юге и западе продолжают ускорять восходящую траекторию развития франчайзингового бизнеса [15].

Для государств важно обеспечить благоприятную деловую среду для поддержки и привлечения большего числа участников в «мир франчайзинга».

Франчайзинговые компании на государственном уровне в основном управляются населением штата, так как высокая плотность населения обеспечивает достаточную рабочую силу, а также потенциальных франчайзи более высокого качества и существенно более высокий потребительский спрос [6]. В то же время штаты предлагают разные уровни привлекательности с экономической, нормативной и налоговой точек зрения для тех франшиз, которые могут потенциально повлиять на рост всей сети.

В 2020 г. в 25 штатах планируется повышение минимальной заработной платы [4]. Более высокая минимальная заработная плата может оказать давление на бизнесменов для поддержания стабильной прибыли. Владельцам малого бизнеса, возможно, придется повысить цены на свои услуги, чтобы компенсировать возросшие затраты на рабочую силу или нанять меньше работников, что, вероятно, окажет самое негативное влияние на низкоквалифицированных работников. Для штатов, которые не повысят минимальную заработную плату или имеют минимальную заработную плату ниже федеральной (например, Теннесси, Южная Каролина и Джорджия), ожидается ускоренный рост числа рабочих мест и самих точек в 2020 г.

По оценкам специалистов [17], помимо вышеупомянутых штатов в 2020 г. в Техасе, Колорадо, Флориде и Северной Каролине будут сохраняться самые высокие показатели по открытию франчайзинговых точек, по занятости и росту производства, поскольку экономическое развитие этих штатов будет расти, что позволит обеспечить извлечению постоянной выгоды из-за притока новых жителей. В Неваде также наблюдается значительное увеличение франчайзинговой активности по показателям занятости и росту производства, в основном в сферах технического обслуживания, здравоохранения и фитнеса.

Айдахо и Арканзас также входят в число ведущих штатов по росту франчайзингового бизнеса. Уровень занятости и рост производства движимы ростом индустрии жилья в Арканзасе. Согласно данным, опубликованным Бюро переписей США, Айдахо получил звание самого быстрорастущего штата 2018 г., что обусловлено ростом населения на 2,1%. Расширению Айдахо также способствует быстро развивающаяся технологическая индустрия, расположенная в столице Айдахо Бойсе, и более низкая стоимость жизни.

Из-за предполагаемых более медленных темпов экономического роста в 2020 г. и потенциального сокращения населения [20] в штатах на северо-востоке (Мэн, Вермонт, Коннектикут и Род-Айленд) будет наблюдаться тенденция к снижению активности франчайзингового бизнеса с меньшим количеством созданных рабочих мест.

Американские франчайзи готовы к еще одному году роста в течение 2020 г. на фоне того, что экономика США движется вперед, поддерживаемая сильным потребителем. Но, в связи с тем что в ноябре 2020 г. предстоят выборы президента США, а также из-за исторически сложившегося узкого рынка труда, рост числа франчайзинговых предприятий замедлился до минимума за последние четыре года.

Согласно прогнозу IFA на 2020 г. [7], число франчайзинговых предприятий в США увеличится на 1,5% до 785316, дополнительно дав экономике страны 232000 рабочих мест, в совокупности общее число занятых во франчайзинговой отрасли составит 8,6 млн человек. Такая положительная динамика сохраняется уже десятый год подряд.

Несмотря на достаточно радужные прогнозы [12], ожидается устойчивый, но замедленный рост в ближайшие несколько лет. Ожидаемое увеличение числа франчайзинговых предприятий по всей стране составляет 1,5%, что является самым медленным темпом роста, начиная с 2016 г. Тем не менее ожидается, что вклад ВВП в отрасли франчайзинга вырастет на 4,6% до почти 495 миллиардов долларов (рис. 3).

«Мы видим, что темпы роста промышленности будут продолжать расти в 2020 г., несмотря на значительную неопределенность в других сферах экономики, поэтому по сравнению с дру-

гими годами существует небольшой запас прочности», – заявил представитель IFA Мэтью Халлер. «Каждый раз, когда вы вступаете в год до выборов или в выборы, у вас возникают сомнения относительно инвестиций» [16].

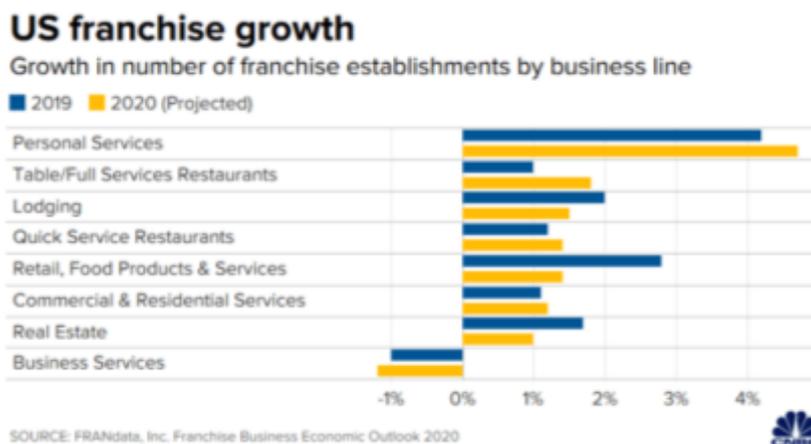


Рис. 3. Динамика темпов роста франчайзинга в США по ключевым сферам [18]

Как видно из рис. 3, наибольший рост наблюдается в сфере персональных услуг, которые включают в себя услуги здравоохранения и фитнеса, услуги по уходу за детьми и косметические услуги (до 4,7%), а также рестораны быстрого и полного обслуживания – более чем на 1% по сравнению с 2019 г., благодаря росту располагаемого дохода американцев в последние годы.

Применительно к специфике американского франчайзинга можно выделить несколько экономических факторов, которые оказывают свое влияние на развитие данного вида деловой активности.

– Занятость и заработная плата

Безработица в США в настоящее время находится на самом низком уровне, начиная с 1960-х гг. Это хорошо для франчайзинга, несмотря на ограниченное предложение рабочей силы. Низкая безработица и повышение заработной платы способствуют росту потребительских расходов, что выгодно для франчайзинговых концепций, особенно в сфере услуг. Ограниченный рынок труда также означает, что франчайзи вынуждены бороться за все более ограниченный кадровый резерв, что привело к увеличению «скачкообразной перестройки», поскольку работники ищут более высокую заработную плату [21].

– Потребительские расходы и доверие

Потребительские расходы в США стали двигателем продолжающегося восстановления, поскольку на их долю приходится почти 70% всей экономики. После окончания последней рецессии потребительское потребление непрерывно повышалось, и, в отличие от роста числа рабочих мест, эта тенденция не имеет признаков замедления. Улучшение настроений потребителей и потребительских расходов являются сильными позитивными факторами для франчайзинга, и пока эти факторы будут иметь свое положительное влияние, франчайзинг будет иметь успешное развитие в 2020 г.

– Процентные ставки и кредитование малого бизнеса

Как научил нас последний экономический спад, капитал – это нефть, которая обеспечивает стабильную работу двигателя экономики. Любое нарушение потока капитала может иметь волновые последствия для всей экономики. Однако настроения кредиторов имеют несколько пессимистический настрой. Они выделяют две наиболее часто упоминаемые проблемы: общий спад экономики и увеличение числа менее квалифицированных заемщиков. Чуть более 25% опрошенных отметили небольшое снижение кредитных заявок за последние шесть месяцев, и 25% ожидают, что число заявок будет продолжать снижаться в новом году. Один кредитор подытожил это лучше всего, сказав: «Похоже, что многие франчайзеры вынуждены копать глубже в своем потоке потенциальных франчайзи для достижения целей, и это привело к снижению качества одобряемых кредитных заявок» [19].

Поиск и удержание работников на этом рынке труда является проблемой для всего франчайзингового сообщества, несмотря на то что низкооплачиваемые работники зарабатывают сейчас даже больше денег, чем некоторые специалисты. По словам представителей данного сегмента экономики, все больше компаний предлагают более высокую зарплату и льготы своим работникам. Отмечается, что эта тенденция, вероятно, сохранится и в ближайшем будущем. «Смена рабочих мест» – это тенденция, которая возникла, когда работники ищут лучшую заработную плату.

Это одна из главных проблем для владельцев франшиз и брендов, которые пытаются поддержать рост деятельности своих франчайзи». Франшизы, как правило, предлагают возможности развития бизнеса на базовом уровне, и именно здесь наблюдается наибольшее увеличение роста заработной платы за последние несколько лет. Это хорошо, но также нужно иметь в виду, что франчайзи активно конкурируют за сохранение рабочего места.

Так, весьма показательной стала ситуация с наймом на работу сотрудников в обход традиционной системы трудовых взаимоотношений. Более 150 компаний-франчайзеров призвали власти американского штата Калифорния исключить франчайзинговые сети из нового законопроекта, меняющего правила определения статуса наемных сотрудников.

Законодательная инициатива под названием «АВ 5» направлена на то, чтобы пресечь распространённую, по мнению авторов, практику, когда работодатель оформляет работников не по трудовому договору, а по договору подряда – с целью избежать уплаты налогов, обязательных страховых платежей, а также компенсаций и пособий по безработице [5].

Сейчас, чтобы отличать сотрудников, которые должны быть оформлены как штатные, от независимых подрядчиков (контрагентов), суды Калифорнии используют так называемый «тест Борелло»<sup>1</sup>. Методика учитывает более 10 факторов, главным из которых является ответ на вопрос: связаны ли обязанности работника с основной сферой деятельности компании-нанимателя. Если ответ положительный, то, скорее всего, речь идет не о стороннем контрагенте. «Законопроект АВ 5» предлагает другую схему, при которой компаниям будет сложнее доказать, что работник контактирует с ними как независимый подрядчик. Чтобы компания не несла за человека ответственность как за штатного сотрудника, он должен:

- не быть зависимым от руководства компании де-юре и де-факто при выполнении обязанностей по договору;
- осуществлять деятельность, не относящуюся к основному бизнесу компании;
- заниматься примерно тем же, чем должен заниматься по конкретному контракту на регулярной основе.

Очевидно, такой подход совершенно не устраивает франчайзеров, которые теперь будут считаться работодателями сотрудников, нанятых партнерами-франчайзи. Среди 150 обратившихся к законодателям Калифорнии франчайзеров такие крупнейшие сети, как McDonald's, Yum! Brands Inc. (управляет сетями KFC, Pizza Hut, Taco Bell), Marriott International. Калифорния – самый густонаселенный штат США с крупнейшей в стране экономикой, и терять такой рынок франчайзеры не хотят, опасаясь, что «законопроект АВ 5» приведет к «смерти франчайзинговой модели в Калифорнии», и призывают защитить их от действия новых правил.

Эксперты Franchise Times [9] составили перечень крупнейших американских франчайзеров по показателю общесистемных продаж (общесистемной выручки) по итогам 2018 г. (табл.). Общесистемные продажи – это сумма выручки от реализации в корпоративных и франчайзинговых точках. Этот показатель считается наиболее объективным для оценки развития компаний, поскольку не учитывает деньги, полученные франчайзером «внутри системы», – иначе говоря, уплаченные в пользу правообладателя роялти и паушальные взносы.

Среди 30 крупнейших по выручке франчайзинговых сетей в 2018 г. каждая третья – это гостиничный бизнес. Франшизы отелей не могут тягаться с общепитом по количеству точек, но всегда показывают высокие финансовые показатели.

По подсчетам Franchise Times, 200 крупнейших по выручке франчайзинговых компаний в совокупности увеличили общесистемные продажи на \$26,9 млрд до \$671,3 млрд. Эта сумма составляет 3,27% от ВВП США за 2018 г. [14].

<sup>1</sup> Тест Борелло – это перечень требований, в котором указывается, может ли работник быть классифицирован как независимый подрядчик по сравнению с работником, работающим полный рабочий день. Этот тест был стандартом для классификации работников в штате Калифорния до принятия закона «АВ 5».

**Топ-10 франчайзеров США по показателю общесистемной выручки**

Место рейтинга	Компания	Общесистемная выручка (млрд долл.)	Число точек в США	Число точек за рубежом
1	<u>McDonald's</u>	96,47	13,912	37,855
2	<u>7-Eleven</u>	86	8,951	67,656
3	<u>KFC</u>	26,239	4,074	22,621
4	<u>BurgerKing</u>	21,624	7,330	17,796
5	<u>AceHardware</u>	16,632	4,599	5,376
6	<u>Subway</u>	16,200	24,798	42,427
7	<u>Domino's</u>	13,500	5,903	16,114
8	<u>PizzaHut</u>	12,212	7,456	17,149
9	<u>Marriott Hotels&amp;Resorts</u>	12,000	369	651
10	<u>TacoBell</u>	10,786	6,588	7,072

Если рассматривать финансовый аспект, бюджетные франшизы (те, которые требуют в среднем менее 100 тысяч долл. первоначальных инвестиций), например, 7-Eleven, всегда представлены в рейтинге победителей в большом количестве, но также наблюдается и очень высокий уровень удовлетворенности среди более дорогих альтернатив, например, бренды в области общественного питания (Culver's, Dunkin' Donuts) и концепции в области раннего образования, например, Kumon Math & Reading Centers.

Можно отметить, что большинство франчайзеров вновь ориентированы на рост сети (Hardee's, McDonalds). Отмечается также тенденция «мультифранчайзинга» – открытия сразу нескольких точек, что всегда было типично для сферы общепита (TacoBell). Корпорации с каждым годом оказывают все большую поддержку своим франчайзи: уделяют больше времени обучению, поиску «правильного» места для точки, а также созданию своего уникального фирменного стиля.

Далеко не каждый начинающий предприниматель будет готов сходу выложить за франшизу сотни тысяч долларов и потратить на открытие десятки миллионов, особенно если речь идет о высококонкурентной сфере общественного питания. На первый план для них выходит соотношение цена/качество – как потратить меньше, но получить вменяемые сроки окупаемости и поддержку франчайзера.

Эти приоритеты отражает новый рейтинг франшиз в американском общепите по версии журнала QSR Magazine [10]. Так, паушальный взнос каждой из девяти франшиз, включенных в него, не превышает \$50 тысяч, а размер роялти варьируется от 4,5% до 7% от выручки.

Из девяти франшиз, представленных в списке, только две фигурировали в рейтингах QSR за 2017 и 2018 гг. Это довольно крупная сеть ресторанов Wingstop, главное блюдо которой – куриные крылышки, и сеть кафе в категории «fastcasual»<sup>2</sup> Newk's Eatery.

Присутствие в списке заведений формата fastcasual, предполагающего более удобную посадку и более качественную еду, чем в фастфуде, – далеко не случайность. Его популярность растет во всем мире, что дает рестораторам пространство для развития и возможность для заработка.

Из крупных сетей в списке QSR – кафе-пекарни Cinnabon, кафе с кренделями Auntie Anne's и популяризатор «итальянских» сэндвичей Jersey Mike's Sub. У Cinnabon в США 924 точки (923 из них по франшизе), у Auntie Anne's – 1295 (1282 – франчайзинговые), у Jersey Mike's – 1494 (1412). Кроме того, в список лучших попали франшизы относительно небольших сетей – баров со свежевыжатыми соками и смузи Nektear Juice Bar, а также автокафе Scooter's Café.

Таким образом, подытоживая изложенное, можно сделать вывод, что франчайзинг в США охватывает все основные сферы потребления, укрепляя, тем самым, свои позиции на рынке.

<sup>2</sup> Fastcasual – это нечто среднее между фастфудом и рестораном среднего ценового сегмента. В таком заведении гость может вкусно поесть и выпить в приятной, ненавязчивой обстановке за небольшие деньги. Он получает еду, приближенную по качеству к хорошим ресторанам, а сервис здесь немного лучше, чем в фастфуде.

Несмотря на мировой кризис, «локомотив» экономики США продолжает двигаться вперед, увеличивая доход населения.

Появление требования предпродажного регулирования раскрытия информации является одной из самых важных причин успеха франчайзинга в Соединенных Штатах. Хотя во франчайзинговых отношениях по-прежнему сохраняется напряженность и, вероятно, всегда будут возникать типичные проблемы между франчайзерами и франчайзи, в настоящее время проблемы в основном сосредоточены на управлении отношениями и меньше на том, что касается самой концепции той или иной франчайзы.

#### Литература

1. Бердина, М. Ю., Бердин, А. Э. *Международный франчайзинг : пути трансфера нематериальных активов бизнеса : монография.* – Poland : IScience, 2019.
2. Бердина, М. Ю., Бердин, А. Э. *Эволюция франчайзинга : от древности до наших дней // Научные исследования и разработки. Экономика. 2019. № 3 (39).*
3. *В США все франчайзеры и франчайзиат [Электронный ресурс].* – URL : <http://www.nashaamerica.com/blog/business/item-7081/> (22.01.2016).
4. *2019–2020 Minimum Wage Rates by State.* – URL : [LaborLawCenter.com](http://LaborLawCenter.com).
5. *AB-5 Worker status : employees and independent contractors // California Legislative Information.* – URL : <https://leginfo.ca.gov>.
6. *Asbosch, K. With Salaries and Bonuses Projected to Increase, U.S. Employees Can Expect a Pay Hike in 2020 // AON Results. 2019. 1 Sept.*
7. *Franchise Business Economic Outlook for 2020.* – IFA. 2019.
8. *Good, W. S. Building a Dream : a Comprehensive Guide to Starting a Business of Your Own.* – McGraw-Hill Ryerson Ltd., UK, 1999.
9. URL : <http://www.franchisetimes.com>.
10. URL : <https://www.qsr magazine.com>.
11. *Mae, F. Economic Forecast. 2019.*
12. *Mazareanu, E. Franchising in the U.S. : Statistics & Facts.* – URL : <https://www.statista.com> (26.11.2019).
13. *Michaels, L. Only 5.3 Percent of 'Zees Cross 100-unit Mark // Franchise Times. 08.08.2019.*
14. *Neumark, D. Employment effects of minimum wages.* – IZA : World of Labor Policy Group, 2018.
15. *Noordyke, M. US State Comprehensive Privacy Law Comparison // International Association of Privacy Professionals, 18 Oct. 2019.*
16. *Pickert, R. Americans' View of the Current Economy Is the Highest in 19 Years // Bloomberg, 27 Aug. 2019.*
17. *Pulse of Franchisee Lending // FRANdata, Feb. 2020.*
18. *Rogers, K. Franchising growth could fall to lowest rate in four years amid election year uncertainty.* – URL : <https://www.cnbc.com> (05.02.2020).
19. *September 2019 Report: Small Business Optimism Declines but Remains Historically High.* – NFIB, Sept. 2019.
20. *Shonel, S. National Population Projections : 2020, 2030, 2040 // StatChat, 11 Feb. 2019.*
21. *US Economy Grew at a Moderate 2.1% Annual Rate in the Third Quarter // CNBC, 27 Nov. 2019.*

#### References:

1. *Berdina, M. YU., Berdin, A. E. Mezhdunarodnyj franchajzing : puti transfera nematerial'nyh aktivov biznesa : monografiya.* – Poland : IScience, 2019.
2. *Berdina, M. YU., Berdin, A. E. Evolyuciya franchajzinga : ot drevnosti do nashih dnei // Nauchnye issledovaniya i razrabotki. Ekonomika. 2019. № 3 (39).*
3. *V SSHA vse franchajzyat i franchajzyat [Elektronnyj resurs].* – URL : <http://www.nashaamerica.com/blog/business/item-7081/> (22.01.2016).
4. *2019–2020 Minimum Wage Rates by State.* – URL : [LaborLawCenter.com](http://LaborLawCenter.com).
5. *AB-5 Worker status : employees and independent contractors // Salifornia Legislative Information.* – URL : <https://leginfo.ca.gov>.
6. *Asbosch, K. With Salaries and Bonuses Projected to Increase, U.S. Employees Can Expect a Pay Hike in 2020 // AON Results. 2019. 1 Sept.*
7. *Franchise Business Economic Outlook for 2020.* – IFA. 2019.
8. *Good, W. S. Building a Dream : a Comprehensive Guide to Starting a Business of Your Own.* – McGraw-Hill Ryerson Ltd., UK, 1999.
9. URL : <http://www.franchisetimes.com>.
10. URL : <https://www.qsr magazine.com>.
11. *Mae, F. Economic Forecast. 2019.*
12. *Mazareanu, E. Franchising in the U.S. : Statistics & Facts.* – URL : <https://www.statista.com> (26.11.2019).
13. *Michaels, L. Only 5.3 Percent of 'Zees Cross 100-unit Mark // Franchise Times. 08.08.2019.*
14. *Neumark, D. Employment effects of minimum wages.* – IZA : World of Labor Policy Group, 2018.
15. *Noordyke, M. US State Comprehensive Privacy Law Comparison // International Association of Privacy Professionals, 18 Oct. 2019.*

16. *Pickert, R. Americans' View of the Current Economy Is the Highest in 19 Years // Bloomberg, 27 Aug. 2019.*
17. *Pulse of Franchisee Lending // FRANdata, Feb. 2020.*
18. *Rogers, K. Franchising growth could fall to lowest rate in four years amid election year uncertainty. – URL : <https://www.cnn.com> (05.02.2020).*
19. *September 2019 Report: Small Business Optimism Declines but Remains Historically High. – NFIB, Sept. 2019.*
20. *Shonel, S. National Population Projections : 2020, 2030, 2040 // StatChat, 11 Feb. 2019.*
21. *US Economy Grew at a Moderate 2.1% Annual Rate in the Third Quarter // CNBC, 27 Nov. 2019.*