

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

ресурс] // Режим доступа: <<http://ekonomy.info/2009-01-16-17-03-26/57-2009-01-19-20-41-50.html?start=2>

15. Ярмиш Н.М. Автореф. дис... д-ра юрид. наук: 12.00.08 / Н.М. Ярмиш; Нац. юрид. акад. України ім. Я.Мудрого. — Х., 2003. — 40 с. — укр.
16. Knight Frank H., The Ethics of Competition, 2nd ed., N. Y.: Harper & Bros., 1936, p. 32
17. Kuper A. The social science encyclopedia. L., 1989., p. 369
18. Mundell, R.A. (1957) "International Trade and Factor Mobility". American Economic Review 47: pp.321-355.

РЕЗЮМЕ

В статті запропонована методологічна база дослідження системи міжнародної трудової міграції, вузли (точки біфуркації) якої є етапами процесу міжкраїнного обміну робочою силою.

Ключові слова: міжнародна трудова міграція, детермінізм, каузальний зв'язок, системний підхід, причина, умова.

РЕЗЮМЕ

В статье предложена методологическая база исследования системы международной трудовой миграции, узлы (точки бифуркации) которой являются этапами процесса междустранового обмена рабочей силой.

Ключевые слова: международная трудовая миграция, детерменизм, каузальная связь, системный подход, причина, условия.

SUMMARY.

The methodological base of research of the system of international labour migration, knots (points of bifurcation) of that are the stages of process of international exchange by labour force, is offered in the article.

Keywords: international labour migration, determinism, causal connection, approach of the systems, reason, condition.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ФРАНЧАЙЗИНГА В УКРАИНЕ КАК СОСТАВЛЯЮЩЕЙ МЕЖДУНАРОДНОГО МЕНЕДЖМЕНТА

Гурова В.А., к.э.н., доцент кафедры менеджмент, ДонНУ.

Актуальность темы исследования. С каждым днем предложения франчайзинга на украинском рынке становятся все более разнообразными, возникают новые области, новые технологии. Расширяется также ценовой диапазон франшиз. Появляются и дешевые франшизы бытовых услуг или проката, и дорогие франшизы производства [2].

Договора франчайзинга заключаются в Украине с середины 90-х гг., сегодня в стране работает свыше 380 франчайзеров. Возникают устойчивые украинские франчайзинговые сети в тех областях, в которых зарубежные аналоги или не работают по франчайзингу, или работают по некоторым иным принципам [1].

Изложение основных положений. Франчайзинг в Украине стремительно развивается. Безусловным лидером является торговля, которая охватывает 36% областей задействованных во франчайзинге, в торговле же задействованы большинство брендов (61%), и именно торговлей занимается большинство франчайзеров (58%). Этот сегмент показал положительную динамику по всем показателям, включая сокращение "виртуальных франчайзеров". Незначительные показатели роста можно объяснить определенной насыщенностью этого сегмента, который сокращает пространство для развития. Но несмотря на это, рост количества торговых точек составляет 101%. В этом сегменте зафиксирован наиболее быстрый рост количества франчайзеров (на 34%).

По данным Международной ассоциации франчайзинга, средняя рентабельность инвестиций за первые 10 лет работы обычных независимых предприятий составляет около 300%. Для компаний же, работающих в рамках франчайзинговых соглашений, – более 600%. Из всех вновь созданных в мире независимых компаний в течение 3-х лет в среднем около 90% прекращают свое существование, в то время как для франчайзинговых компаний доля банкротов в первые 3 года составляет менее 10%. В целом, за последние пять лет в мире менее 8% франчайзинговых предприятий оказались нежизнеспособными.

Если во всем мире франчайзинг уже давно стал неотъемлемым атрибутом экономики (по оценкам экспертов, в развитых странах мира более 40% всех продаж осуществляется через франчайзинговые сети), то в Украине эта бизнес-технология только начинает находить своих единомышленников. Активно развивается внутренний франчайзинг, представляющий собой достаточно специфический тандем зарубежных франчайзинговых технологий и отечественных подходов к ведению бизнеса.

Большинство зарубежных компаний все еще предпочитает обеспечивать присутствие на украинском рынке собственными силами, вкладывая значительные средства в новое строительство и приобретая функционирующие объекты (как правило, торговой недвижимости), или выступая арендатором соответствующих помещений. Однако в последние годы международные компании начинают проявлять значительный интерес к сотрудничеству с украинскими партнерами на основе франчайзинга, при котором большая часть капитальных затрат осуществляется местной стороной. Отечественные бизнесмены со своей стороны также приходят к осознанию всех преимуществ использования известной торговой марки и отработанной технологии ведения бизнеса международными компаниями.

В целом, франчайзинг, как составляющая экономики Украины, находится на начальном этапе развития. По данным Ассоциации франчайзинга Украины, в нашей стране на сегодняшний день функционирует более 100 франчайзинговых сетей (для сравнения: в США их количество составляет более 1500, во Франции - более 750, в Польше – около 140) [5]. И хотя успешные примеры использования франчайзинга в Украине остаются достаточно редкими, в последние несколько лет их количество начало постепенно увеличиваться.

В то же время эксперты отмечают, что развитие франчайзинга в Украине сдерживается целым рядом факторов, основными из которых являются: несовершенство законодательной базы, отсутствие у отечественных предпринимателей опыта работы в рамках франчайзинга, недобросовестное отношение к выполнению договорных обязательств и чужой интеллектуальной собственности, низкий уровень развития банковского кредитования и др.

На сегодняшний день 81,1% франчайзинговых предприятий США относятся к франчайзингу бизнес - формата, 18,9% – к франчайзингу товара. В предприятиях первого типа задействовано 79,5% служащих, второго – 20,5% служащих от общего числа в сфере франчайзинга.

Наибольшую экспансию на территории США франчайзинг проявил в сфере общественного питания:

- 56,3% от общего числа ресторанов быстрого обслуживания – работают по франчайзингу;
- 14,2% – предприятий по продаже продуктов питания;
- 13,1% – ресторанов полного сервиса;
- 18,2% предприятий гостиничного бизнеса развиваются по системе франчайзинга.
- В сфере услуг:
- 4,9% – предприятий, предлагающих авто-услуги;
- 3,3% – бизнес услуги;
- 1,5% – услуги на рынке недвижимости;
- 0,9% – персональные услуги [2].

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

В целом, в США доля франчайзинга в общем объеме розничного товарооборота составляет 34%, в странах Западной Европы – 5 - 12%, количество франчайзинговых сетей постоянно растет [6].

Что касается общего количества бизнеса в Украине, которые развиваются по типу «франчайзинг», то наблюдается сокращение за период 2008-2011 годы на 40-50%, но это сокращение как раз качественно повлияло на сам рынок. Основное сокращение произошло за счет тех франшиз, которые с точки зрения Федерации развития франчайзинга в Украине, как раз и вредили самой сути франчайзинга, так как не соответствовали ни одной норме этого вида отношений. А если быть точными, то в Украине по системе франчайзинга работают около 200 торговых марок не только зарубежных, но и украинских [6].

В сфере законодательства существенных изменений не произошло, за исключением того, что уже большинство государственных чиновников понимают термин «франчайзинг» и с интересом рассматривают возможности для развития отраслей экономики по данной модели. Так Министерство АПК Украины приняло программу развития «Родное Село», где активно планирует развивать как сельскую инфраструктуру так и виды фермерских хозяйств по моделям франчайзинга [7]. В Министерстве социальной политики также задумываются над увеличением рабочих мест за счет франчайзинга не только среди молодежи и предпринимателей, но и среди военнослужащих, уволенных в запас [8]. При Киевской городской государственной администрации создан региональный совет по франчайзингу, где активно обсуждаются проблемы и перспективы франчайзинга [9].

Сегодня компании Украины, которые сотрудничают с международными брендами используют несколько юридических моделей сотрудничества:

- по прямому договору купли-продажи между продавцом товара и покупателем в Украине;
- по договору купли-продажи и договору франчайзинга с аффилированным юридическим лицом покупателя в зоне высокого налогового и юридического режима;
- по прямому договору франчайзинга и договором купли-продажи с аффилированным юридическим лицом покупателя в зоне высокого налогового режима;
- по лицензионному договору;
- по договору развития территории;
- по договору коммерческой концессии, что значительно усложняет дальнейшие отношения [6].

С одновременным использованием нескольких договоров, включая договора по передаче ноу-хау и т.д.

Наиболее прибыльными и активными остаются компании, которые развивают иностранные франшизы. Среди украинских компаний лидером является компания «Система быстрого питания» (FBS) [6]. Некоторые украинские операторы ресторанного бизнеса активно рассматривают возможности покупки иностранных франшиз для усиления собственного портфеля бизнеса и увеличение капитализации.

Самым динамичным с точки зрения инвестиций является рынок гостиничного бизнеса. Этому значительно способствовало проведение Евро 2012 в Украине и желание владельцев недвижимости быстрее заполнить свои гостиницы за счет входа во всемирно известные сети отелей. Данное событие изрядно поспособствовало знакомству с Украиной многих иностранцев, которые в ближайшее время непременно захотят не только вернуться в Украину снова, но и организовать здесь бизнес. Федерация развития франчайзинга прогнозирует в ближайшее время приход международных операторов рынка недвижимости и наиболее известных брендов ресторанного бизнеса [6].

Рынок ресторанного бизнеса занимают наибольшую долю - около 55% всех брендов развивающих франчайзинг в Украине. Рынок розничной торговли - около 35% и 10 процентов займут все другие виды деятельности [6].

По данным экспертов Федерации развития франчайзинга (FDF), наблюдается высокая перспективность отраслевого развития бизнеса, которые в перспективе будут работать на условиях франчайзинга [6]. Ведь в этих отраслях, на сегодня, очень низкий уровень конкуренции, хотя они являются прибыльными и находятся на стадии становления в Украине. К таким отраслям следует отнести:

1. Сельское хозяйство;
2. Доставка;
3. Операции с недвижимостью;
4. Реализация товаров, бывших в употреблении;
5. Дизайн и архитектура;
6. Дистрибуция;
7. Автомобильная индустрия;
8. Закупка;
9. Хранения;
10. Связь;
11. Знакомства;
12. Реализация электрооборудования;
13. Услуги доступа в Интернет;
14. Ландшафтный дизайн;
15. Производство и реализация слабоалкогольных и безалкогольных напитков;
16. Обслуживание;
17. Учет и аудит;
18. Аренда / прокат;
19. Здравоохранение;
20. Услуги безопасности;
21. Услуги архивирования и т.д.;
22. Туристические услуги;
23. Ремонт и обслуживание;
24. Уход за животными;
25. Спорт;
26. Химическая промышленность;
27. Услуги лабораторных исследований;
28. Фотоуслуги;
29. Юридические услуги [6].

Таким образом, 29 отраслей экономики Украины имеют достаточно хорошие перспективы для собственного развития и привлечения иностранных франшиз. Конечно, создание собственных франшиз также является достаточно эффективным для развития уже существующих бизнесов в указанных отраслях экономики.

Преподавание определенных программ для украинских предпринимателей не имеет активного развития, но положительным является тот факт, что ряд тренинговых компаний начали активно изучать данный рынок и уже на собственных интернет ресурсах предлагаются тренинги и лекции по франчайзингу. Пока у украинского предпринимателя не является приоритетным получение как теоретических знаний, так и практических навыков с помощью экспертов данного рынка. В основном все менеджеры и руководители франчайзинговых моделей - это активные выходцы из крупных компаний, имеющих собственные франшизы. Тех знаний, которые

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

менеджеры получили во время работы в крупных компаниях, на первых порах оказывается достаточным для того, чтобы позиционировать себя как опытных руководителей развития франчайзинга в глазах работодателей. Но такая ситуация не продлится долго, так как ряд работодателей и руководителей крупных компаний начали активно посещать зарубежные выставки и конференции и, таким образом, стали очень быстро набирать знаний. Так в 2012 году уже несколько делегаций украинских владельцев посетили выставки и конференции Франции и США. Сегодняшний рынок франчайзинга Украины требует по меньшей мере около 600 специалистов в области франчайзинга: юристы, экономисты, менеджеры по развитию и маркетингу [6].

Рынок рекламы и рекламных услуг вырос в несколько раз, что способствовало выходу на рынок нескольких изданий как печатных, так и Интернет. Этот рынок активный и впредь будет развиваться. Прогнозируется перевод нескольких учебников и издание книг по развитию франчайзинга.

Благодаря настойчивым усилиям нескольких банковских структур, в частности, банка Unicredit в Украине начали восстанавливаться программы финансирования развития франчайзинга [6]. Нехватка специалистов в банковской сфере, которые способны профессионально подойти к потребностям франчайзинга, значительно сужает рынок, но пример успешных кредитных программ франчайзинга значительно подтолкнет другие банки к финансированию франчайзинговых моделей.

Франчайзинг имеет перечень преимуществ, которые позволяют снизить операционные расходы и повысить эффективность производственной деятельности, что особенно важно для Украины в современных условиях. Однако, несмотря на такое значительное количество преимуществ, рынок франчайзинга имеет ряд проблем, требующих решения. К таким проблемам следует отнести следующие:

- неосведомленность украинских предпринимателей об основных принципах ведения бизнеса в условиях франчайзинга;
 - несоответствие правового регулирования франчайзинга содержанию и состоянию развития коммерческих отношений.
- Требования к регистрации договоров коммерческой концессии, которые на сегодняшний день регулируют отношения партнеров по системе франчайзинга;
- незащищенность франчайзи (особенно украинских франчайзи в франчайзинговых договорах с иностранными франчайзерами);
 - отсутствие подробной информации о франчайзинге как методе ведения бизнеса;
 - отсутствие практики апробации бизнеса [3].

Налоговый Кодекс Украины значительно сужает перспективы развития малого бизнеса и заставляет предпринимателей искать обходные пути в осуществлении платежей «роялти» и «паушальный платеж» своим партнерам.

Проблемы рынка франчайзинга являются основными, но также существуют и другие проблемы, которые мешают широкому использованию франчайзинговых схем в Украине, в отличие от других стран с более развитой экономикой, основными из которых являются:

- значительная стоимость франшизы в сравнении с низкой покупательной способностью покупателей;
- отсутствие квалифицированных кадров;
- сложные условия и барьеры в организации и ведении бизнеса [3].

Как показывают исследования, сегодня годовой объем розничных продаж в сфере франчайзинга в США достигает больше 40% общего объема продаж и оценивается американскими экспертами в более чем 1 триллион долларов США. Франчайзинг не только имеет право на существование, но и является успешной моделью развития бизнеса. В тех же Штатах в 1991-1993 годах, именно франчайзинг помог вывести Америку из ее экономического кризиса (исследование проведено University of Louisville) [6].

Но американская мечта уже давно украинизировалась. В Украине по системе франчайзинга уже работают более 100 торговых марок не только зарубежных, но и украинских [6]. Ключевые позиции в развитии франчайзинговых систем занимают компании, которые представляют на рынке Украины западные франшизы, опыт и международные стандарты.

Лидерами рынка франчайзинга в области развития и денежных оборотов являются те же самые компании - представляют западные товары и услуги, а именно: Coca Cola, Pepsi, Carlsberg, SI, TNK-BP, Lukoil, Empik, Лига Инвест, Дельта Спорт, и украинская компания - Франчайзер - FFS (Системы быстрого питания). Оборот лидеров представляет около 850 млн. долл. США. Количество персонала, который работает франчайзерами и франчайзи – более, чем 200 тысяч чел [6].

Сегодня область малого и среднего предпринимательства охватывает 85 областей экономики Украины. Наполняемость бюджета в г. Киеве на 53% составляют отчисления предпринимателей, а не больших компаний. Классификация малого, среднего и большого бизнеса в Украине показала, что 96% товарооборота страны создают малые и средние предприятия и предприниматели [4]. Несмотря на нынешнюю экономическую ситуацию, количество вчерашних менеджеров, которые решили начать свой бизнес выросло в пять раз, по сравнению с прошлым годом. Франчайзер получает высококвалифицированного партнера, которому нет необходимости объяснять, что такое стандарты ведения бизнеса и их важность. Франчайзи - вчерашний менеджер больших компаний получает возможность реализоваться без препятствия в новом направлении бизнеса и самостоятельно зарабатывать.

Далее представлены основные преимущества франчайзинга:

1. Поскольку существует предположение, что иметь сегодня работу более безопасно - уже не так безопасно. Уровень безработицы составляет около 6 млн. человек. Основные области промышленности резко упали. Мелкие компании не нанимают персонал. Все ждут, что будет дальше. *Стратегия:* купля франшизы разрешит взять под контроль будущее. Это собственный бизнес, но за спиной является целая организация, которая готова помочь добиться успеха. Вот почему бизнес по франчайзингу имеет намного больше шансов на успех, чем самостоятельный запуск предприятия и его раскручивание [4].

2. Если мы называем нынешнюю ситуацию полномасштабной рецессией или депрессией в экономике, то она не может улучшиться в ближайшее время. *Стратегия:* нужно проанализировать не только сферу сегодняшней деятельности - есть много предприятий, которые являются успешными в любой экономике. Например, услуги по уходу за детьми возрастают и можно ожидать дальнейший рост, так как идет рост рождаемости населения. Предприятия, которые предоставляют услуги по ремонту, объемы которых сегодня растут [4].

3. Основное количество населения интересуется, существуют ли инвестиции в ипотеку, у предприятия. Банки накапливают капиталы резервных фондов и не собираются кредитовать населения и спешить возвращать депозиты. *Стратегия:* сбережение населения могут быть источником финансирования франшизы и приносить сегодня больше дивидендов, чем доходы от банковских процентов [4].

Защита экономических интересов франчайзи остается одним из главных задач правового регулирования франчайзинга, поскольку и после заключения договора франшизы положение франчайзи остается довольно уязвимым. Он обязан выполнять все оговоренные условия и требования франчайзера, какими бы губительными для него они не оказались. Так, например, франчайзер может установить высшие рыночные цены на технику и оборудование, которые он предоставляет франчайзи. Может требовать от последнего согласиться на пробную продажу своих еще не проверенных рынком товаров без компенсации возможного убытка [3]. Можно "порекомендовать" ему сделать добровольный взнос на проведение общей компании для развития бизнеса и т.д.. Отказ франчайзи выполнить каждую из подобных требований служит для франчайзера законным основанием для разрыва договорных отношений. В конце концов, таким основанием без всяких последствий для франчайзера может стать объявления франчайзи "неэффективным" или "неконкурентоспособным". Настолько же произвольно франчайзер может решать вопрос о возобновлении договора франшизы после окончания срока его действия или после продажи прав на франшизу третьему лицу, в которых франчайзи может быть заинтересован [3].

Значительную роль в такой защите сыграет общественно предпринимательская инфраструктура франчайзинга - система саморегулирования. Практически во всех странах с развитыми отношениями франчайзинга созданы и активно функционируют национальные и международные федерации и ассоциации франчайзинга (или франчайзеров), которые руководствуются в своей

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

деятельности принятыми ими этическими кодексами франчайзинга [4].

При организации, планировании и реализации франчайзинга стремятся разрешить вопрос движения средств. Значительные размеры налогообложения могут влиять на финансовое положение франчайзера и его возможности финансировать свои обязательства из доходов, полученных от франчайзи. Вопрос учета и налогообложения должны учитываться при реализации национального и международного франчайзинга. С целью предотвращения лишних налоговых затрат договор франчайзинга необходимо правильно структурировать, особенно относительно видов платежей.

Следует рассмотреть некоторые особенности налогообложения франчайзинга по основным видам налогов, в частности налогу на прибыль, НДС и налогу на репатриацию доходов нерезидента при реализации важнейшей его функции - передачи в пользование на определенных условиях прав на объекты интеллектуальной собственности (торговых марок, ноу-хау). Также исследованные возможности получения льгот при осуществлении франчайзинговых проектов по внедрению и снабжению инновационных продуктов или продукции.

Объектом налогообложения НДС по ставке 20%, кроме иного, является продажа услуг на территории Украины, а также получение услуг, предоставленных нерезидентом, для их использования и потребления на территории Украины. Поэтому при договоре франчайзинга между резидентами налоговое обязательство с НДС по ставке 20% возникнет у франчайзера, исходя из договорной стоимости вознаграждения, в налоговый период (месяц), на протяжении которого были получены вознаграждения от франчайзи или оформление документа, который свидетельствует о предоставлении услуг франчайзером. Для случаев, когда франчайзером выступает нерезидент, налоговое обязательство с НДС возникнет для франчайзи на дату выплаты или вознаграждения оформления документа, который свидетельствует о предоставлении услуг франчайзером, в зависимости от того, какое событие состоялось раньше.

Следует отметить, что франчайзи будет иметь право на налоговый кредит (т.е. возмещение НДС) при условии, когда франчайзинговое вознаграждение принадлежит его валовым затратам (т.е. затрат на хозяйственную деятельность). Если франчайзи будет нерезидентом, то обязательство относительно НДС у франчайзера - резидента возникнет по нулевой ставке, если услуги предназначены для использования и потребления за пределами Украины [1].

Если вознаграждение по договору франчайзинга будет квалифицироваться как роялти, налоговое обязательство с НДС не возникнет. К роялти, в частности, принадлежат любые платежи за приобретение патента, зарегистрированного знака на товары или услуги торговой марки, дизайна, секретного чертежа, модели, формулы, процесса, права на информацию относительно промышленного, коммерческого или научного опыта (ноу-хау). Не рассматриваются как роялти платежи за получение указанных объектов собственности во владение или распоряжение, собственностью лица, когда условия пользования такими объектами собственности предоставляют право пользователю продать такой объект или обнародовать секретные чертежи, модели, формулы, процессы, ноу-хау, за исключением случаев, когда такое обнародование есть обязательным за законодательством Украины [1].

Важнейшей экономической проблемой франчайзинга в Украине является отсутствие стабильности. Если возвратиться к определению франчайзинга, то это в первую очередь система отношений, закрепленная опять-таки системой договоров. Естественно, что подобная система, и вдобавок объединяющая экономически независимых предпринимателей, становится инерционной.

Последнее десятилетие, в котором началось ускоренное развитие франчайзинга в Украине, отличается отсутствием стабильности в экономике, постоянными прыжками в развитии, которое приводит к таким же резким колебаниям спроса на все виды товаров, регулярными перераспределениями собственности, которые не могут не сказываться на франчайзи. Учитывая, что многие из них вынуждены за неимением собственных средств открывать свои предприятия в помещениях, которые арендуются, изменение владельца отрицательно влияет на работу как франчайзи, так и франчайзинговой системы в целом. Перераспределение рынков, которые происходят очень часто нерыночными методами, также могут снижать эффективность франчайзинговых систем [1].

Франчайзинг строится на взаимодействии двух типов самостоятельных предпринимателей - франчайзера и франчайзи, каждый из которых является самостоятельным юридическим лицом. Итак, не только франчайзер, но и франчайзи должны вкладывать в развитие системы свой стартовый капитал. Если учесть, что франчайзи должен вносить разовую франшизную плату (паушальный платеж), то стартовый капитал франчайзи должен быть достаточно большим [1].

К сожалению, далеко не все отечественные предприниматели владеют подобным капиталом.

Попытка получить стартовый капитал в виде банковского кредита также сталкивается с рядом проблем:

- уровень прибыли франчайзи, с учетом всех регулярных платежей (роялти, отчисления в централизованный рекламный фонд и др. платежей), может привести к тому, что срок возврата кредита будет достаточно высоким, а если учесть действующие ставки по кредиту, то совсем невозможным;

- существующая правовая система еще больше усложняет кредитование франчайзи [4].

Также в Украине существует целый ряд социально-психологических проблем. К которым можно отнести:

- отсутствие отечественного опыта и риск провала у субъектов франчайзинговой системы - франчайзера и франчайзи;
- отсутствие надлежащего отношения к интеллектуальной собственности;
- риск франчайзи потерять самостоятельность и собственное "лицо" предпринимателя и менеджера [4].

Особое место среди проблем франчайзинга занимает образование, как механизм решения социально-психологических проблем. Большая часть проблем франчайзинга, причем не только социально-психологических, связаны со слабой подготовкой предпринимателей, которые могли бы выступить организаторами франчайзинговых систем (франчайзерами) и работать в этих системах как франчайзи.

Абсолютный рекорд по количеству проданных франшиз в 2009-м году поставил вендинг. Это продажа товаров и услуг через автоматы. Если в 2008-м в этой области не открыли ничего, то в 2009-м 1144 точки [6].

Также начал активно развиваться сектор доставки воды. Открыть такой бизнес несложно. Для него достаточно купить оборудование, машины и арендовать склад. Ощутимый прирост демонстрирует и сфера услуг - почти на 2 тысячи точек, торговля - на полторы, общепит - на тысячу.

Франчайзинг в Украине - очень молодой вид бизнеса. Он начал развиваться с начала 2000-х. Сейчас в этой сфере работает более 360 тысяч человек. И этому бизнесу еще расти и расти. И доказательство этому зарубежные компании, которые успешно работают на украинском рынке. Американский фаст-фуд McDonald's, российская сеть салонов мобильной связи «Евросеть», венгерская торговая сеть в сфере питания «Форнетти», австрийская сеть кофеен Gloria Jean's Coffees, голландская сеть магазинов одежды MEXX [6].

Среди украинских компаний, предлагающих франшизу, одной из самых успешных является львовская «Система шведского харчування». Она входит в топ-10 отечественного рынка франчайзинга, наряду с такими гигантами как Coca Cola, «ТНК-ВР» и Lukoil. Их общий товарооборот только в точках, работающих по лицензии, за 2009 год составил примерно \$2 млрд. А это 4% общего товарооборота страны [6].

Выводы: Таким образом, можем сделать выводы о том, что тенденции на рынке франчайзинга является как достаточно положительными, так и сдерживающими развитие, но их наличие свидетельствует о том, что франчайзинг будет еще не один год стремительно развиваться в Украине, ведь данное направление сосредотачивает в себе не только отечественные бренды, но и известные мировые бренды, что, несомненно, является лучшим стимулом для потребителей продукции или услуг.

Именно поэтому рынок франчайзинга можно рассматривать как перспективное направление для ведения коммерческой деятельности на территории Украины и следует ожидать увеличения количества франчайзеров и, особенно, франчайзи.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. Игошин Н.В. Инвестиции: организация управления и финансирование: Учебник для вузов / Н.В. Игошин - М.: Финансы, ЮНИТИ, 2000. - 411с.

ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

2. Кривонос А. Мы переживаем начальный бум франчайзинга [Электронный ресурс] / А. Кривонос // <http://www.kontrakty.com.ua>
3. Методическое пособие для будущих участников франчайзинговых сетей / Ассоциация франчайзинга. – К.: Ассоциация франчайзинга, 2005 г. – 256 с.
4. Никоненко К. Наш франчайзинг / К. Никоненко – К.: Ассоциация франчайзинга, 2005 г. – 304 с.
5. Официальный сайт Ассоциации франчайзинга Украины - www.franchising.org.ua.
6. Официальный сайт Федерации развития франчайзинга в Украине - www.fdf.org.ua.
7. Официальный сайт Министерства аграрной политики и продовольствия Украины - www.minagro.gov.ua.
8. Официальный сайт Министерства социальной политики Украины - www.mlsp.gov.ua/labour/control/uk/index.
9. Официальный сайт Киевской городской государственной администрации - kievcity.gov.ua.

РЕЗЮМЕ

В статті розглянуто сучасний стан франчайзингу на українському ринку. Проаналізовано фактори, що стримують розвиток франчайзингу в Україні. Розглянуто проблеми та переваги франчайзингу для України в сучасних умовах. У статті ринок франчайзингу представлений як перспективний напрямок для ведення комерційної діяльності на території України.

Ключові слова: франчайзинг, франшиза, галузі економіки України.

РЕЗЮМЕ

В статье рассмотрено современное положение франчайзинга на украинском рынке. Проанализированы факторы, которые сдерживают развитие франчайзинга в Украине. Рассмотрены проблемы и преимущества франчайзинга для Украины в современных условиях. В статье рынок франчайзинга представлен как перспективное направление для ведения коммерческой деятельности на территории Украины.

Ключевые слова: франчайзинг, франшиза, отрасли экономики Украины.

SUMMARY

The article considers the current status of franchising on the Ukrainian market. The factors that hinder the development of franchising in Ukraine are analysed. The problems and advantages of franchising in Ukraine in current conditions are considered. The article describes franchise market as a promising destination for doing business in Ukraine.

Keywords: franchising, franchise, sectors of the economy of Ukraine.

ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Дідченко О.І., к.е.н., Запорізька державна інженерна академія, доцент кафедри «Економіка підприємства»

Костомаха О.М., Запорізька державна інженерна академія, магістрант

Розвиток будь-якого успішно діючого в умовах сучасної ринкової економіки підприємства слід розглядати як постійний процес створення інновацій, безперервний процес творчої діяльності. Для його підтримки на належному якісному рівні необхідно формування ефективного організаційно-економічного механізму, який буде постійно стимулювати підприємство на створення нової продукції і послуг, технології і матеріалів, нових організаційних форм, що мають властивості науково-технічної новизни і задовольняють нові суспільні або індивідуальні потреби. Це обумовлює актуальність дослідження та наукового обґрунтування принципів та підходів до його формування.

Дослідженню «інновацій» як економічної категорії та принципів інноваційного розвитку було присвячено праці таких вчених, як Йозеф Шумпетер, Гарольд Барнет, Брайан Твіст, Павло Завлін, Анатолій Казанцев і Леван Мінделі, Світлана Ільєнкова і Леонід Гохберг, Роберт Мюллер, Олена Лапко, Ф.Ніксон, Дмитро Черваньов і Лідія Нейкова, Іван Перлакі, Борис Санто та інші. Науковим дослідженням проблематики інноваційної діяльності підприємств присвячено багато наукових праць, таких вчених як І.Лукинов, М.Чумаченко, В.Карпов, А.Коренной, О.Амоша, Ю.Бажал, Л.Барютін, С.Козьменко, В.Бабич, П.Завлін, А.Васильєв, С.Ілляшенко, С.Покропивний, В.Захарченко, А.Кац, В.Трапезніков, М.Дворцин, В.Юсім. Принципи та підходи до формування організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком на рівні підприємства розглядалися в роботах С.М.Ілляшенко, В.І.Захарченко, В.І.Карюк, Н.М.Корсікова, О.Ю.Мірошніченко, І.М.Підкаміний, С.О.Тульчинська, А.І.Українець, В.С.Ціпуринда та інші.

Разом з тим, аналіз робіт провідних економістів свідчить про те, що не існує певного універсального механізму управління інноваційним розвитком підприємства. Для створення такого ефективного механізму необхідно враховувати безліч факторів, характер їх зв'язків, особливості взаємодії. Таким чином, існує нагальна необхідність узагальнення й розвитку теоретичних положень щодо підходів до формування організаційно-економічного механізму управління інноваційним розвитком підприємства, що і обумовлює актуальність теми дослідження.

Для розуміння сутності поняття «інноваційний розвиток підприємства» та обґрунтування підходів до формування організаційно-економічного механізму управління ним розглянемо існуючі погляди щодо визначення поняття «інновація» як економічної категорії. Такий підхід є необхідним, оскільки на сьогодні у науковій літературі не має стосовно цього єдиної думки, а різні вчені трактують це поняття залежно від об'єкта і предмету свого дослідження, що не може не впливати на інші економічні категорії, які відштовхуються від поняття «інновації». Так, наприклад, сьогодні у науковому світі відбувається полеміка між прихильниками двох різних підходів щодо визначення місця та ролі інновації в системі розвитку виробництва, оскільки є два підходи до визначення поняття «інновація» - статистичний та динамічний. Статистичний підхід розглядає інновацію як результат інноваційної діяльності, а динамічний – як процес впровадження нового замість існуючого.

Статистичний підхід відображено у мережних стандартах: Керівництво Фраскати (1993р.) «Запропонована стандартна практика для обстеження досліджень та експериментальних розробок» і Керівництво Осло (1989р.) – міжнародні норми збирання даних про інновації. Ними інновацію визначено як кінцевий результат інноваційної діяльності, втілений у вигляді нового або вдосконаленого продукту, впровадженого на ринку, нового або вдосконаленого технологічного процесу, що використовується в практичній діяльності, або в новому підході до соціальних послуг.

Динамічний підхід до визначення інновацій запропоновано фундатором інноваційної теорії Й.А.Шумпетером. Він розглядає інновації в динаміці, тобто як процес, крім того, зазначає, що інновація – це не просто нововведення, а нова функція виробництва, «нова комбінація» [1, С. 11].

На нашу думку, необхідно погодитися з Власенко О.С. [1] відносно того, що динамічний і статистичний підходи є такими, що доповнюють один одного і розкривають складне поняття сутності інновації. Тому не має сенсу їх протиставляти і вирішувати, який із них є таким, що глибше розкриває явище інновації.

Таким чином, як бачимо з проведеного аналізу, різні автори вкладають в поняття «інновація» різне підґрунтя, що суттєво впливає на визначення головних характерних рис інновації як економічної категорії і, відповідно, відбивається на формуванні уявлення про інноваційний розвиток підприємства та підходів щодо управління ним. На наш погляд найбільш вдалим, відносно поставленої мети дослідження, є наступне визначення інновації: «результат втілення чи матеріалізації новаторської ідеї у певній предметній субстанції –