

3. Використовувати новітні методи та моделі процесу стратегічного планування.

Вважаємо, що виконання наведених рекомендації створить умови для розвитку й ефективного функціонування бізнесу, а також сприятиме перетворенню підприємництва в одну з рушійних сил на шляху до ринку.

Список використаних джерел:

1. Кахович Е.А., Кахович Ю.А. Стратегічне планування та управління в роботі юридичних служб суб'єктів господарювання / Е.А. Кахович, Ю.А. Кахович // Облікові записи Таврійського національного університету ім. В.І. Вернадського. Серія: Юридичні науки. – 2014. – Т. 27(66). – № 1. – С. 85-90.

2. Федоркін М.С. Резерви конкурентоспроможності підприємства / Холодний Г.О. // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2007. – № 3. – Т. 1. – С. 96–101.

3. Холодний Г.О. Теоретичні аспекти стратегічного планування на підприємствах України: (підсумки 4-ї Міжнар. конф. «Харків-2011») [Електронний ресурс] / Холодний Г.О. // Вісник економіки. – 2011. – № 12. – С. 54. – Режим доступу: www.docs.google.com/viewer?pid=bl&scrid=ADGEES

Москальчук Н.О.

студент;

Богацька Н.М.

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри економіки підприємства та міжнародної економіки,

Вінницький торговельно-економічний інститут

Київського національного торговельно-економічного університету

**ФРАНЧАЙЗИНГ ЯК ОСОБЛИВА ФОРМА
ОРГАНІЗАЦІЇ БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ**

В сучасних умовах посилення конкуренції на внутрішніх ринках та обмеженості фінансових можливостей для підприємств важливим та ефективним кроком є використання франчайзингових відносин це пояснюється тим, що основою ринкової економіки, з одного боку, є великі підприємства, які надають їй стабільності й керованості, визначають рівень науково-технічного і виробничого потенціалу, з другого-малий бізнес, який формує конкурентне середовище, характеризується високою мобільністю та забезпечує самостійність підприємницької ініціативи. Для економіки України останнім характерна активізація саме малого бізнесу. Але, незважаючи на значні можливості малого бізнесу у процесі становлення і функціонування ринкової економічної системи, він має свої слабкі сторони, пов'язані насамперед із фінансуванням. Тому одним із шляхів вирішення даної проблеми є розвиток франчайзингу в Україні [1, с. 59].

На сьогодні вивченням теорії франчайзингу займаються такі іноземні науковці, як Дельтей Ж., Котлер Ф., Ламбен Ж., Мендельсон М. Серед вітчизняних вчених, що досліджували проблематику формування та розвитку франчайзингу, варто відзначити: Ковальчук Н., Бойчук І., Виноградська А., Денисюк В., Кузьмін О., Макашев М. та ін. Але дослідження питань впровадження франчайзингу в Україні надалі залишається відкритим і потребують подальшого розвитку.

Метою дослідження є аналіз розвитку франчайзингу в Україні, розгляд умов його поширення, сформулювати та розглянути основні проблеми ведення франчайзингової діяльності в Україні, а також запропонувати шляхи їх вирішення.

В основі франчайзингу як особливої форми організації бізнесу можуть лежати принципи маркетингу або розподілу товарів. У такому разі «батьківська компанія» зазвичай надає індивіду або іншій компанії право чи привілей здійснювати підприємницьку діяльність у відповідній формі в визначений період і в визначеному місці. Наприклад, за спільної згоди або на основі укладеної угоди фізична чи юридична особа бере на себе зобов'язання взяти партію товару і за певний період реалізувати цей товар на відповідній території.

Для підприємців франчайзинг – це один з шляхів стати власником бізнесу. На зростаючих ринках, таких як Україна, франчайзинг є швидким способом навчання підприємців практичним стандартам, що необхідні, щоб вести прибутковий бізнес. Сьогодні однією із головних особливостей франчайзингу в Україні є те, що він існує тільки як спосіб організації правовідносин, але в законодавстві чіткої категорії «франчайзинг» не існує. Згідно законів України поняття франчайзингу трактується як «комерційна концесія». Протягом 2013-2014 рр. в сфері законодавства суттєвих змін не відбулося, за винятком того, що уже більшість державних чиновників розуміють термін «франчайзинг» та з цікавістю розглядають можливості для розвитку галузей економіки по даній моделі. Згідно проекту Закону України «Про франчайзинг» від 08.11.2001 р. франчайзинг – підприємницька діяльність, за якою на договірній основі одна сторона (правоволоділець) зобов'язується передати іншій стороні (користувачеві) за винагороду на визначений строк або без такого комплекс виключних прав на використання знака для товарів і послуг, фірмового найменування, послуг, технологічного процесу і (або) спеціалізованого обладнання, ноу-хау, комерційної інформації, що охороняється законом, а також інших передбачених договором об'єктів виключних прав. Крім того наведені наступні поняття:

1) правоволоділець (франчайзер) – суб'єкт підприємницької діяльності (юридична або фізична особа), власник комплексу виключних прав;

2) користувач (франчайзі) – суб'єкт підприємницької діяльності (юридична або фізична особа), який одержує у право володільца на визначених умовах комплекс виключних прав для провадження підприємницької діяльності.

До числа недоліків слід віднести:

– обмеженість самостійності, підприємницької ініціативи;

– обсяги продажу встановлюються власнику франшизи відповідно до політики маркетингу компанії-франчайзера;

– небезпека краху у випадку банкрутства або зменшення популярності франчайзера;

– проблеми спадкоємності справи: у разі смерті особи, на яку оформлена франшиза, у родичів можуть виникнути проблеми зі спадщиною, якщо франшизою передбачено обов'язковий продаж справи у разі смерті франчайзі.

Для франчайзера перевагами вважаються:

– збільшення ринку збуту при мінімальних вкладеннях;

– економія на матеріальному заохоченні найманих працівників: франчайзі як власник підприємства має особистий стимул до максимізації прибутку;

– одержання додаткового прибутку шляхом поставок франчайзі уніформи, упаковки, устаткування для залів та офісів;

– франчайзі, перебуваючи безпосередньо біля споживача, точніше відчують його настрої, коливання попиту і умови конкуренції, що для франчайзера є продуктивним джерелом новаторських ідей [2, с. 8].

Вітчизняним підприємцям франчайзинг відомий завдяки таким компаніям, як «Макдональдс», «Дока Піцца», «Холідей», які мають міжнародні франчайзингові мережі. Так, американська корпорація «швидкої їжі» «Макдональдс» вже сьогодні охоплює більш як 21 тис. ресторанів у 101 країні світу, обслуговуючи щоденно майже 30 млн. клієнтів. Близько 66% усіх ресторанів корпорації керуються 4500 франчайзинговими агентами, які одночасно є і незалежними підприємцями, і членами єдиної команди.

Для України франчайзинг є порівняно новим явищем, тоді як у промислово розвинутих країнах він практикується століттями, забезпечуючи потреби суспільства в різних послугах. Залежно від сутності господарських відносин в Україні найбільш розповсюджений виробничий франчайзинг, особливо у виробництві безалкогольних напоїв. Найчастіше франчайзер надає своїм франчайзі спеціальний інгредієнт, без якого виробництва неможливе, і тим самим бізнес між франчайзером і франчайзі не припиняється відразу після передачі обладнання та технологія виробництва, а має довготривалий характер. Франчайзі обслуговує клієнтів, франчайзер забезпечує виробництво ресурсами. За такою схемою на території України працюють компанії «Coca Cola», «Persico» та інші, що продають концентрати та інші продукти, необхідні для виробництва, місцевим компаніям. Кожен з місцевих або регіональних розливальних та пакувальних заводів є франчайзі від основної компанії, вони змішують концентрати, надані франчайзером, з іншими інгредієнтами та, дотримуючись певної технології, розливають у банки чи пляшки і реалізують виготовлену продукцію через систему місцевих розповсюджувачів. Певно, що товар у Нью-Йорку не повинен відрізнятися за своїми якостями від аналогічного товару в Києві чи іншому регіоні. Отже, для вітчизняних підприємств слід детально та поглиблено вивчати досвід інших фірм, в тому числі іноземних, по застосуванню франчайзингових відносин та вряхувати особливості економіки України [3, с. 24].

На основі вищевикладеного матеріалу, можна зробити висновок, що франчайзинг – це особлива форма організації бізнесу, що дозволяє розвиватися малим підприємствам та збільшує обсяги реалізації великих фірм за рахунок взаємодії таких двох типів суб'єктів. Такий взаємозв'язок великих і малих фірм дозволяє розширити збутову діяльність головної фірми в регіонах окремої країни чи за її межами, тобто на міжнародному рівні. Необхідність франчайзингу в Україні зумовлена втратою ринків збуту багатьма вітчизняними підприємствами в умовах загострення конкуренції на внутрішніх ринках, відсутністю достатніх фінансових можливостей для запровадження нових технологій у виробництво, неконкурентоспроможністю порівняно з іноземними фірмами і таке інше. Іншим важливим моментом є вибір типу франчайзингу, що залежить від конкретних умов та ситуацій, адже кожен тип характеризується своїми особливостями застосування [4, с. 20].

Найбільш ефективним, на мою думку, для підприємств України є діловий франчайзинг, що передбачає надання дозволу франчайзі не тільки реалізовувати, але й виробляти продукцію материнської компанії, використовуючи при цьому її торгову марку. Хоча, через недосконалість цієї системи, у нас більш поширеним є виробничий франчайзинг, що передбачає дозвіл франчайзі лише на виробництво продукції франчайзера.

Список використаних джерел:

1. Германова О.М. Франчайзинг як спосіб господарювати самостійно, використовуючи готові-бізнес рішення / О.В. Германова // Вісник Міністерства доходів і зборів України. – 2013. – № 41. – С. 58-60.
2. Ладюк О.Д. Розвиток підприємницьких структур в Україні на засадах франчайзингу / О.Д. Ладюк // Проблеми науки. – 2009. – № 4. – С. 7-13.
3. Ногачевський О.В. Франчайзинг в Україні проблеми та перспективи / О.В.Ногачевський // Економіст. – 2010. – № 3. – С. 22-25.
4. Сукуватий О.В. Франчайзинг як інноваційна модель розвитку бізнесу / О.В. Сукуватий // Проблеми науки. – 2010. – № 3. – С. 18-22.

Саприкіна О.М.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки підприємства,

Відокремлений підрозділ

*Національного університету біоресурсів і природокористування України
«Бережанський агротехнічний інститут»*

АНАЛІЗ ЗАБЕЗПЕЧЕНОСТІ АГРОФОРМУВАНЬ РЕГІОНУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЮ ТЕХНІКОЮ

Функціонування конкурентоспроможного сільськогосподарського виробництва на засадах інтенсифікації із застосуванням прогресивних технологій неможливе без використання продуктивних, енергоощадних та