

## **СУЧАСНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ**

**Литвиненко О.Д.**

*кандидат економічних наук,  
доцент;*

**Виноградова А.С.**

*студентка,  
Харківський торговельно-економічний інститут  
Київського національного торговельно-економічного університету*

### **ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ФРАНЧАЙЗИНГОВИХ МЕРЕЖ В УКРАЇНІ**

На сьогодні, в період розвитку новітніх форм кооперації та власної справи, однією з найбільш ефективних форм просування товарів як на міжнародному, так і на національному ринку є франчайзинг. З усіх видів договірних відносин, заснованих на передачі комплексу виключних прав на об'єкти інтелектуальної власності, договір франчайзингу є найбільш перспективним та ефективним засобом ведення бізнесу.

Актуальність даної теми зумовлена підвищеними комерційними ризиками розвитку українського підприємництва в сучасних умовах. Реалізація сучасних бізнес-проектів жадає від підприємця широких знань в області керування, маркетингу, реклами й вміння враховувати особливості проекту. Саме організація підприємства на умовах франшизи значно знижує підприємницькій ризик, оскільки відбувається використання уже відпрацьованого бізнесу, що довів свою ефективність.

Перспективі та проблемам розвитку підприємств на основі франчайзингу приділяється увага такими науковцями як:

Т. М. Григоренко, Ю. С. Кравцова, О. Є. Кузьмін, С. М. Махнуша, С. В. Огінок, О. В. Скрипюк, В. П. Самодай, Ю. Б. Федунь та іншими.

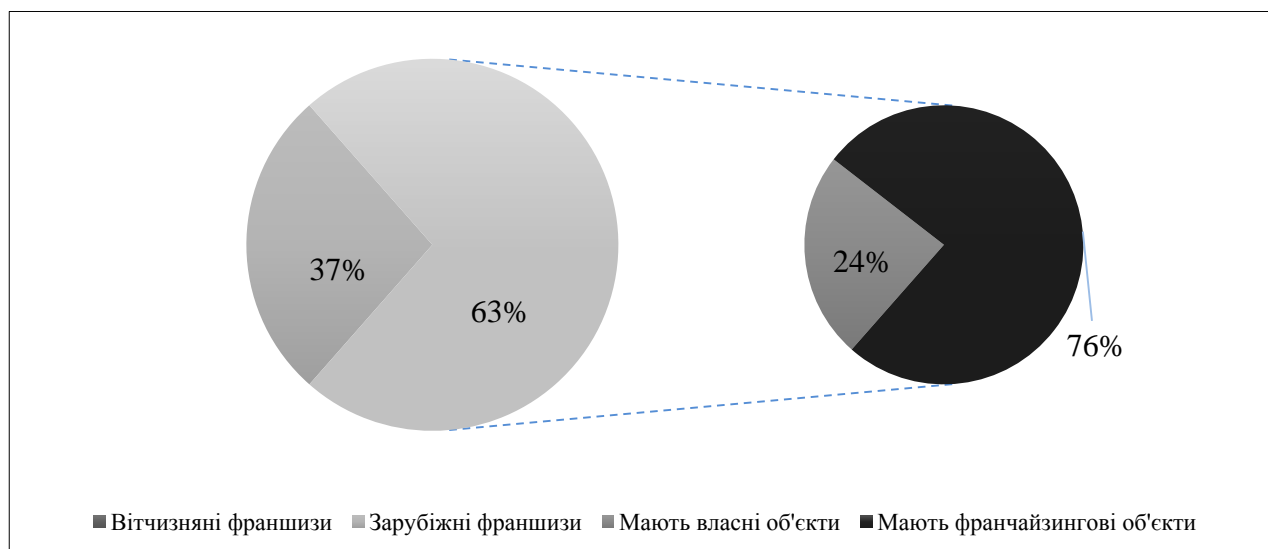
Згідно досліджень української консалтингової компанії «Franchise Group» в 2016 році франшизу на території України пропонують 461 компанія (рис. 1). Однак, кількість франчайзингових компаній скорочується, наприклад, у порівнянні з 2014 роком (565 компаній) майже на 3%. Це пов'язують із вступом на національний ринок нових світових брендів та зацікавленістю до нашого ринку міжнародними компаніями [1].



**Рис. 1. Динаміка розвитку франчайзингових компаній в Україні**

*Джерело: за даними: [1]*

Близько 63% цих франшиз – вітчизняні компанії, які працюють на ринку більше 3-х років. Статистика свідчить про те, що серед вітчизняних франшиз тільки 24% мають власні об'єкти, а 76% – франчайзингові (рис. 2).



**Рис. 2. Структура франчайзингового ринку України**

*Джерело: розроблено авторами за даними: [1]*

До специфіки побудови бізнесу в Україні в форматі франчайзингу можна віднести особливості місцевого ринку і деякі протиріччя в законодавстві країни.

Особливості українського ринку характеризує те, що в умовах кризи в країні самостійний бізнес став ще більш ризикованим, ніж бізнес по франшизі. Багато українських громадян під час кризи стали пробувати почати свою справу ще активніше, ніж це було лише рік тому, стали активно цікавитися придбанням франшиз. Тому франчайзингові мережі України тільки ростуть, незважаючи на кризу [2].

Крім того, багато українських франчайзерів в умовах кризи приймають рішення відмовитися від пашального внеску або знизити роялті до мінімуму, щоб стати ще більш цікавими в очах потенційних франчайзі і мати можливість швидко розвивати свої мережі. Всі ці фактори дають шанс підприємцям з будь-яких країн з мінімальними вкладеннями вийти на ринок України та організувати свій бізнес під відомим брендом.

Що стосується суперечностей в законодавстві, то, на відміну від кризи, вони швидше заважають розвитку франчайзингу в Україні, ніж допомагають йому.

Перше протиріччя стосується того, що в українському законодавстві взагалі не прописано визначення такого поняття як франчайзинг, хоча існує інший аналогічний поняття – договір комерційної концесії, в якому франчайзер названий правовласником, а франчайзі названий як користувач правами [3].

Друге протиріччя виникло через те, що відповідно до Цивільного кодексу України, договір комерційної концесії обов'язково потрібно зареєструвати в Державній реєстраційній службі, але закон «Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб – підприємців» не передбачає таку реєстрацію.

Про перспективи розвитку франчайзингу в Україні на найближчі роки можна сказати наступне. Найпривабливішими нішами для підприємців-франчайзі залишаються громадське харчування і роздрібна торгівля. Але зростання в цих сферах буде вже не таким швидким, оскільки ринок франшиз тут дуже насичений. У зв'язку з цим, найімовірніше, буде спостерігатися зростання діючих франшиз в сфері послуг.

Отже, враховуючи що, франчайзинг, як форма ведення бізнесу на українському, вирішує низку проблем ринку, інтерес до франчайзингу серед ділових кіл зростає з кожним роком. Тому держава має підтримати підприємницьку ініціативу, спрямовуючи свої зусилля на зміцнення виробничо-технічного потенціалу вітчизняного підприємництва, його модернізацію, підвищення конкурентноспроможності та впровадження франчайзингу в країні на законодавчому рівні.

### **Список використаних джерел:**

1. Аналітичний звіт «Тенденції українського ринку франчайзингу. Загальний огляд сектору франчайзингу та його показники на основі анкетування» [Електронний ресурс] // Сайт «Franchise Group». – Режим доступу: [https://franchisegroup.com.ua/media/files/FG\\_Анализ%20рынка.pdf](https://franchisegroup.com.ua/media/files/FG_Анализ%20рынка.pdf).
2. Стан ринку. Статистика франчайзингу в Україні [Електронний ресурс] // Сайт «Асоціації франчайзингу». – Режим доступу: [http://www.franchising.org.ua/page/sostojanie\\_rynka](http://www.franchising.org.ua/page/sostojanie_rynka).
3. Литвиненко О. Д. Організаційні аспекти інтеграції локального підприємства у франчайзингову мережу / О. Д. Литвиненко, В. С. Хвостенко, А. В. Махота // Технологічний аудит та резерви виробництва. – 2016. – № 4 (29). – Vol. 3. – С. 31-36.

### **Логвінова О.П.**

*кандидат економічних наук, доцент,  
викладач економічних дисциплін,*

*Первомайський індустріально-педагогічний технікум*

## **ЧИННИКИ РИЗИКУ КРАУДФАНДИНГУ**

В останні роки у всьому світі все більшого розповсюдження набуває застосування «краудфандингу» – технології залучення коштів великої кількості інвесторів-користувачів Інтернет, пов'язаних соціальними мережами, з метою фінансування різноманітних проектів.

Застосування краудфандингу зумовлене потребою у фінансуванні проектів, які не забезпечують швидкої віддачі вкладеного капіталу або мають соціальну значущість, та появою можливостей організувати зацікавлених людей через Інтернет-спільноти для вирішення певних проблем на основі громадської участі. Краудфандинг дозволяє фінансувати створення бізнесу, розробку нових чи удосконалених товарів, зйомки фільмів або запис аудіокліпів, видання книг, розробку відеоігор, організацію музичних турів або громадських акцій,